انتشارات نسل نو اندیش

اخلاق حرفه‌ای در تجارت

اثری دلپذیر و الهام‌بخش برای آنان که می‌خواهند
به زبانی ساده به مفاهیمی بلند و عمیق دست یابند!

جان ماکسول

سعید گل‌محمدی



به نام خداوند جان و خرد

علم و دانش برای انسان جمالی است که از هیچ‌کس پوشیده نیست. نسبی است که هرگز مورد جفا قـــرار نمی‌گیـرد.

امام علی (ع)

مسأله این نیست که خرید کتاب چـقدر گرون تموم می‌شه، مسأله اینه که اگـر کتاب نخونی چقدر برات گرون تموم می شه!

انتشارات
نسل نو اندیش

www.naslenowandish.com
info@naslenowandish.com

Tel: 88942247-9/88930577-8



خواننده گرامی:

کتاب های انتشارات نسل نواندیش ،

در تمامـی مراحـل تولید (تالیف و ترجمه،حروف چینی و صفحه آرایی، ویرایش، طرح جلد، امور چاپ و صحافی) با کیفیت بسیار بالا و با قیمت چاپی پشت جلد در اختیـار شما قرار می‌گیرد.

چنانچه کتاب حاضر فاقد این ویژگی ها باشد، تقلبی محسوب می‌شود.

خواهشمندیـم در صورت مواجه با هر یک از این موارد، با تلفن ۹ -۸۸۹۴۲۲۴۷ واحد حقوقی نسل نواندیش تماس حاصل فرمایید.

دوستان و همراهان
به باشگاه خوانندگان خوش آمدید!

از شما صمیمانه دعوت می‌کنیم با عضویت در باشگاه خوانندگان از مزایای زیر بهره‌مند شوید:

۱. ارسال پیامکی آخرین عناوین کتاب‌های به چاپ رسیده در انتشارات نسل‌نواندیش؛
۲. اعطای تخفیف ویژه به اعضا هر سه ماه یک‌بار؛
۳. برگزاری قرعه‌کشی بین اعضا و اعطای جوایز ویژه هر سه ماه یک‌بار؛
۴. اعطای تخفیف‌های ویژه به مناسبت‌های گوناگون؛
۵. درنظرگیری تخفیف‌های باورنکردنی و خیره‌کننده در نمایشگاه بین‌المللی کتاب فقط و فقط برای اعضا
۶. و ... ... گاهی غافلگیرتان می‌کنیم!

برای عضویت در این باشگاه، تنها کافیست عدد ۱ را به سامانه‌ی ۳۰۰۰۷۲۴۰۰ پیامک کنید و به جمع ما بپیوندید. گفتنی است تمامی پیامک‌های ارسالی از انتشارات نسل‌نواندیش، کاملا رایگان است.

«اگر شخصی ... رفتگر نامیده می‌شود، باید همان‌گونه خیابان‌ها و معابر را جارو کند که میکل‌آنژ نقاشی می‌کرد،بتهوون سمفونی می‌ساخت و شکسپیر شعر می‌سرود. او باید آن‌گونه خیابان‌ها را جارو کند که تمامی موجودات آسمانی و زمینی مکثی کنند و بگویند: اینجا رفتگری کار می‌کرد که کارش را خوب انجام می‌داد.»

مارتین لوترکینگ

همه‌ی عوامل دست‌اندرکار انتشارات نسل نواندیش ، هر روز صبح ، کار خود را با این آرزو شروع می‌کنند که مصداق این جمله‌ی زیبا باشند و در انجام وظایف خود نهایت توانشان را به‌کار می‌گیرند تا شما خواننده‌ی گرامی، لحظات گرانقدر خود را -با مطالعه‌ی این کتاب‌ها- سرشار از بهره‌مندی و لذت سازید.

با این همه، ما خود را از بهتر شدن کارمان بی‌نیاز نمی‌بینیم و نظرات‌تان را معیاری ارزشمند برای توجه و ارزیابی کارهای خود می‌دانیم؛ چرا که این آرا مایه‌ی بهتر شدن کارمان و درنتیجه رضایت بیشتر شما فرهیختگان خواهد بود.

برای این منظور می‌توانید با شماره تلفن‌های (۸-۸۸۹۳۰۵۷۷) و (۹-۸۸۹۴۲۲۴۷) یا صندوق پستی ۱۹۳۹۵/۶۹۳۱ و یا سایت www.naslenowandish.com و info@naslenowandish.com ما را از انتقادات و پیشنهادات خود بهره‌مند سازید.

با تشکر
بیژن علیپور
مدیر انتشارات نسل نواندیش

©

ماکسول، جان سی.، ۱۹۴۷ - م. Maxwell, John C.
اخلاق حرفه ای در تجارت: اثری دلپذیر و الهام بخش برای آنان که .../ نویسنده جان ماکسول ؛ ترجمه سعید گل‌محمدی ؛ ویراستار معصومه امیرخانی.
تهران : نسل نواندیش، ۱۳۹۳.
۱۴۴ ص.؛ ۱۴/۵×۲۱/۵س‌م.
۹۷۸-۹۶۴-۲۳۶-۶۴۱-۵
فیپا
عنوان اصلی: Ethics 101 : what every leader needs to know, c2003.
اخلاق کسب و کار
صداقت
موفقیت در کسب و کار
گل‌محمدی سیه‌کلان، سعید، ۱۳۶۳ - ، مترجم
امیرخانی، معصومه، ویراستار
HF۵۳۸۷/م۲الف۳ ۱۳۹۳
۱۷۴/۴
۳۷۳۴۵۷۶

اخلاق حرفه‌ای در تجارت

نویسنده: جان ماکسول
مترجم: سعید گل‌محمدی
ویراستار: معصومه امیرخانی
صفحه‌آرا: الهه ایمنی
طراح جلد: ندا ایمنی
ناشر: نسل نواندیش
شمارگان: ۱۵۰۰ جلد
نوبت چاپ: اول
سال چاپ: ۱۳۹۴
قیمت: ۷۹۰۰ تومان
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۶-۶۴۱-۵
ISBN: 978-964-236-641-5

نشانی فروشگاه نسل نواندیش: میدان ولیعصر ـ ابتدای کریمخان ـ پلاک ۳۰۸
تلفن: ۹ - ۸۸۹۴۲۲۴۷
www.naslenowandish.com
info@naslenowandish.com

این کتاب

هدیه‌ای است ارزشمند به خوبانی که از

صمیم قلب، دوستشان دارید

تقدیم به:........................

فضیلت و اخلاق برای جامعه از نان شب هم واجب‌تر است.

اگر جامعه‌ای شکست اخلاقی بخورد با هیچ نیرویی نمی‌توان آن را جبران کرد.

افلاطون

فهرست مطالب

مقدمه‌ی مترجم

آنچه ما را به نابودی خواهند کشاند از این قرار است: سیاست بدون اصول، لذت بدون وجدان، علم بدون شخصیت و تجارت بدون اخلاق.

مهاتما گاندی

این سخن گاندی که به چهار وجه زندگی امروزی انسان مدرن، بعدی روانشناختی و ذهنی داده، می‌تواند بیش از هر اصل استواری، اصول و مبانی جهان مدرن و توسعه‌یافته را بر مبنای «منش و شخصیت فردی» انسان نمایان کند.

در این میان، دو بعد سیاست و اقتصاد که پایه‌گذار دو تمایل سیری‌ناپذیر انسان برای دستیابی به قدرت و ثروت در دنیای امروزی هستند بیش از دو مورد دیگر، اهمیت دارند. به‌ویژه آن‌که تأکید بر وجود رابطه‌ی تنگاتنگ میان تجارت و اخلاق می‌تواند دربرگیرنده‌ی این نکته‌ی مهم و اساسی باشد که **نحوه‌ی کسب‌وکار و تجارت در هر جامعه می‌تواند مرز میان اخلاق و بی‌اخلاقی را در آن جامعه تعیین کند.**

با نگاهی کلی، در جامعه‌ی ما از «اخلاق» و به‌ویژه از پایگاه دینی یاد می‌شود، اما متأسفانه آنچه رفته‌رفته طی سالیان اخیر در کشورهای آسیایی در مقام عمل به چشم می‌خورد، این واقعیت است که تعداد افراد اخلاق‌محور به‌تدریج کاهش یافته است. درحالی‌که در غرب از حدود نیم

قرن پیش، در زمینه‌ی فلسفه‌ی اخلاق، و مدتی پس از آن در حوزه‌ی اخلاق حرفه‌ای، دروس دانشگاهی، کنگره‌ها و کنفرانس‌ها و پژوهش‌های مختلف برگزار شده است. فارغ‌التحصیلان این دانشگاه‌ها، شاخصه‌های اخلاقی مصوب انجمن‌های تخصصی را در مشاغل خود به کار می‌بندند.

انسان، خواهان موفقیت است و از آن‌جایی‌که موفقیت فردی، شغلی و اجتماعی با الگوهای رفتاری، ارتباط مستقیم دارند اصلاح این الگوها نقشی اساسی در کسب موفقیت ایفا می‌کنند. موفقیت در پرتو ارتباط درست و سهل انسان با خود و دیگران کسب می شود، چون انسان، دائم در حال تعامل با خود و دیگران است. انسان، موجودی اجتماعی است و با توسعه‌ی شگفت‌انگیز جوامع، در معرض تعامل با انبوهی از سازمان‌های گوناگون قرار دارد. این امر، ارتباط او را با دیگران و سازمان‌ها به شکل قابل‌توجهی پیچیده کرده است. به‌رغم این پیچیدگی‌ها، همه خواهان ارتباط آسان و درست با یکدیگرند؛ چون آسایش و آرامش را تنها در پرتو آن می‌یابند.

این ارتباط درست و آسان چگونه پدید می‌آید؟ ارتباطی درست و آسان خواهد بود که موجه و برخوردار از دلیل منطقی باشد. افکار منطقی و اعمال اخلاقی، کلید سعادت و آسایش انسان‌هاست. صرف‌نظر از نتیجه‌ی رفتاری که ممکن است به‌ظاهر ناخوشایند باشد و بدون‌شک در درازمدت، صلاحیت و خوشایندی خود را نشان خواهد داد. همین‌که یک عمل، مستدل، موجه و اخلاقی باشد، آسایش خاطر و راحتی وجدان در پی دارد.

ترویج الگوهای ارتباطی درست و اصول اخلاقی، نیاز مبرم جامعه‌ی امروز است. کیست که در ارتباط با خود، خانواده و افراد جامعه، خواهان حفظ حرمت و آزادی نباشد! مگر نه این‌که رفتار اخلاقی، حافظ حرمت و آزادی معقول انسان‌هاست! مگر نه این‌که وقتی بنا به ضرورت‌های فردی و

اجتماعی، به فرد یا سازمانی مراجعه می‌کنیم، بیش از گرفتن پاسخ مثبت، خواهان پاسخ محترمانه هستیم! تیرگی خاطر ناشی از بی‌حرمتی را با دریافت پاسخ مثبت نمی‌توان زدود، چه رسد به این‌که پاسخ، منفی باشد. شیرینی حفظ حرمت حتی با شنیدن پاسخ منفی از بین نمی‌رود.

اصول اخلاقی باید بر فعالیت‌های ارادی انسان حاکم باشد و تجارت نیز یک فعالیت ارادی است بنابراین اصول اخلاقی باید بر فعالیت‌های تجاری انسان حاکم باشد. برخی تصور می‌کنند برای رعایت اصول اخلاقی تجارت، فقط کافیست از قانون پیروی کنند درحالی‌که این، تصوری نادرست است. تعهد اخلاقی برای رعایت قانون، تا زمانی وجود دارد که قانون مستلزم رفتارهای ناعادلانه نباشد. عدم رعایت اصول اخلاقی می‌تواند منافع کوتاه‌مدتی را برای شرکت‌ها ایجاد کند، اما با گذر زمان، رفتارهای ناپسند، به منافع مالی شرکت ضربه می‌زنند. **هدف نهایی اصول اخلاقی آن است که مجموعه‌ای از استانداردهای اخلاقی را پدید آورد که حفظ و به‌کارگیری آن‌ها منطقی باشد.** رواج اخلاق تجارت، نتایج مثبت از جمله توسعه‌ی پایدار از طریق کاهش مصرف منابع تجدیدناپذیر، مقررات بهداشتی، حفاظت از محیط زیست، مشتری‌مداری، جلوگیری از تبلیغات فریبنده و نظایر آن را در پی دارد.

واژه‌ی اتیکس[1] در زبان انگلیسی به معنی منش و مورالز[2] به معنی عادات به جای اخلاق به‌کار می‌روند. گرچه واژه‌های مذکور به جای یکدیگر به‌کار می‌روند؛ اما در معنای دقیق، تفاوت‌هایی با هم دارند. نظام‌های ارزشی و عادت‌هایی (قواعد و استانداردهای رفتاری) که در زندگی گروه خاصی تحقق

1 . Ethics
2 . Morals

یافته به‌عنوان اخلاق آن گروه توصیف می‌شوند؛ مانند: اخلاق خانواده، اخلاق تجارت و اخلاق حرفه‌ای. درحالی‌که مورالز، شخصیت فردی را تعیین می‌کند.

اخلاق، جمع «خُلق» (بر وزن قفل) و «خُلُق» (بر وزن افق) است. به گفته‌ی «راغب» در کتاب «مفردات»، این دو واژه در اصل به یک ریشه بازمی‌گردند. خُلق به معنای هیئت، شکل و صورتی است که انسان با چشم می‌بیند و خُلُق به معنای قوا، سجایا و صفات درونی است که با چشم دل دیده می‌شوند.

اخلاق، مجموعه‌ی صفات روحی و باطنی انسان است. به گفته‌ی بعضی از دانشمندان، گاهی به برخی از اعمال و رفتاری که از خلقیات درونی انسان ناشی شده اخلاق گفته می‌شود (اولی اخلاق صفاتی است و دومی اخلاق رفتاری.)

اخلاق را از طریق آثار آن می‌توان تعریف کرد به این شکل که گاه فعلی که از انسان سر می‌زند، شکلی مستمر ندارد، اما وقتی کاری به‌طور مستمر از کسی سر می‌زند (مانند امساک در بذل و بخشش و کمک به دیگران) دلیل بر این است که ریشه‌ای درونی و باطنی در اعماق جان و روح فرد دارد و آن را خلق یا اخلاق می‌نامند.

علم اخلاق را چنین تعریف کرده‌اند: اخلاق علمی است که از ملکات و صفات خوب، بد، ریشه‌ها و آثار آن سخن می‌گوید. به تعبیر دیگر، سرچشمه‌های اکتساب این صفات نیک، راه مبارزه با صفات بد و آثار هر یک را در فرد و جامعه مورد بررسی قرار می دهد. البته همان‌طور که گفته شد گاه آثار علمی و افعال ناشی از این صفات نیز «اخلاق» اطلاق می‌شوند. به‌طور مثال، اگر کسی پیوسته آثار خشم و عصبانیت نشان می‌دهد به او می‌گویند: این اخلاق خوبی نیست که فلانی دارد. درواقع این دو، علت و معلول یکدیگرند که نام یکی بر دیگری اطلاق می‌شود.

بعضی از غربی‌ها علم اخلاق را چنان تعریف کرده‌اند که از نظر نتیجه با تعاریف ما یکسان است. ازجمله در کتاب «فلسفه‌ی اخلاق» نوشته‌ی یکی از فلاسفه‌ی غرب به نام «ژکس» می‌خوانیم: «علم اخلاق عبارت است از تحقیق درباره‌ی رفتار آدمی به آن‌گونه که باید باشد.» در حالی‌که بعضی دیگر مانند فولکیه با بینش‌های متفاوت در تعریف علم اخلاق می‌گویند: «مجموعه‌ی قوانین رفتاری که انسان به‌واسطه‌ی مراعات آن‌ها می‌تواند به هدفش برسد، علم اخلاق است.»

اثری که پیش روی شماست، مجموعه‌ای از مطالب شگفت‌انگیز و حیرت‌آور درباره‌ی علم اخلاق در تجارت است که نگارنده ـ جان ماکسول ـ در طول سال‌ها مطالعه و تحقیق در دنیای زیبا و شگفت‌انگیز موفقیت با آن‌ها آشنا شده است.

امیدوارم این مجموعه بتواند همان‌طور که برای خود مترجم، اثربخش بوده، برای خوانندگان نیز قابل‌استفاده و تأثیرگذار باشد و بتوانید در مقاطع مختلف زندگی، از خرد و پیام‌های نهفته در آن برای ساختن زندگی موفق و توأم با شادکامی، سود ببرید. به خاطر بسپارید که دانستن صرف، کافی نیست بلکه باید به آنچه می‌آموزیم متعهد باشیم و آن‌ها را در عمل در زندگی پیاده کنیم، چراکه گفته‌اند:

از هزاران نفر، یک نفر مطالعه می‌کند؛
از هزاران نفری که مطالعه می‌کنند، یک نفر می‌فهمد؛
از هزاران نفری که می‌فهمند، یک نفر درک می کند؛
از هزاران نفری که درک می‌کنند، یک نفر عمل می‌کند!

درمجموع، کوشش شده ترجمه و ویرایش مطالب به‌گونه‌ای باشد که در مواقع لزوم، پیام‌ها یا هشدارهای لازم را به‌منظور ایجاد باورهای نیروبخش برای تغییرات مثبت و پایدار در قلمرو زندگی فراهم آورد.

خلاصه این‌که به قول فهیم فرزانه، دکتر علی شریعتی که گفت: **این تمام چیزی است که می‌توانستیم، نه تمام چیزی که می‌خواستیم!**

هرچند در تنظیم، تدوین و ایجاد هماهنگی میان مطالب این کتاب، تلاش و کوشش زیادی به عمل آمده و در ساختن و پرداختن مفاهیم، سعی بلیغ و جدی مبذول شده، امیدوارم کمبودها و کاستی‌های آن به لطف لطیف نازک‌اندیشان و نقد نقادان، رخ از نقاب بیرون کشد و رهنمودهای مشفقانه‌ی فرهیختگان دیارمان راهنمایمان باشد.

خوانندگان فاضل و گرامی می‌توانند نظرات و پیشنهادات خود را درباره‌ی این کتاب به پست الکترونیک prosperitymind@yahoo.com یا سایت www.nimkiloo.com ارسال نمایند.

برایتان دلی عاشق، ذهنی جستجوگر، روحی عصیان‌گر، نگاهی پرهیزگر و زبانی پرسش‌گر می‌طلبم.

به امید روزی که هیچ فردایی در جایی نباشید که دیروزش بوده‌اید.

سعید گل‌محمدی

درباره‌ی نویسنده

جان ماکسول متولد سال ۱۹۷۴ در میشیگان، نویسنده و سخنران بین‌المللی است. او مدت سی‌سال به‌عنوان کارشناس مذهبی در کلیساهای ایندیانا، اوهایو، کالیفرنیا و فلوریدا مشغول فعالیت بود و به‌همراه همسرش مارگریت ماکسول تاکنون بیش از پنجاه کتاب در زمینه‌ی رهبری نوشته است. او ساکن جنوب فلوریداست و درسطح بین‌المللی به عنوان متخصص رهبری شناخته می‌شود و سخنرانی‌های بسیاری در این زمینه در سراسر دنیا ارایه داده است.

سازمان‌های او به بیش از دو میلیون نفر در سراسر جهان آموزش داده‌اند و کتاب‌هایش به بیش از پنجاه زبان، ترجمه و تاکنون بیش از سیزده میلیون نسخه از کتاب‌هایش به فروش رسیده است. دکتر ماکسول بیشترین تأثیر را در سطح بین‌الملل برای توسعه و پیشبرد کار گروهی و رهبری آن داشته است. بعضی از کتاب‌های جان ماکسول شامل: مدیریت نگرش، رهبری، صفت‌های بایسته‌ی رهبری، هفده اصل کار گروهی، قوانین طلایی کار گروهی، آنچه رهبران باید بدانند و... می‌باشند. او در اندیشه‌ی تحول، مدیریت ارتباطات، پرورش کارمندان و... است. اینک چند سخن از او:

- درباره‌ی طول عمرمان، کاری از ما ساخته نیست، اما می‌توانیم درباره‌ی نحوه‌ی گذراندن آن، تصمیم بگیریم.
- افراد با دیدی بلندنظرانه، در زمان مواجهه با مشکلات، از سطح بالای تحمل برخوردارند و با دفع موانع، مشکلات را به فرصت‌های درست تبدیل می‌کنند.
- کار و فعالیت زیاد، اهمیت ندارد، بلکه هوشمندانه کار کردن، مهم است و هنر محسوب می‌شود.

مقدمه

در تابستان سال ۲۰۰۲ به‌همراه لورانس.جی کریشام، رییس و عضو انجمن CEO در نیویورک، برای صرف شام به رستوران رفتیم. طی گفتگویی دوستانه، او گفت: می‌دانی، جان! من فکر می‌کنم تو فرد مناسبی برای نوشتن کتابی درباره‌ی رعایت اصول اخلاقی در مشاغل هستی.

گفتم: فکر نمی‌کنم چیزی به اسم اخلاق شغلی وجود داشته باشد.

او با تعجب گفت: چه گفتی؟ و دوباره پرسید: منظورت چه بود؟

من گفتم: همه‌ی کتاب‌هایم درنهایت، به مبحث اصول اخلاقی در مشاغل مختلف مربوط نمی‌شود. به اعتقاد من، همه تلاش می‌کنند در زندگی حرفه‌ای خود، با مجموعه‌ای از اصول و رفتارهای عامه‌پسند مواجه شوند. هر کس برای دستیابی به زندگی معنوی در خانه یا میان اعضای خانواده، باید رفتار و منشی درست داشته باشد. می‌دانی که اخلاق درست به دنبال رفتار درست می‌آید. اگر خواهان معنویت هستید، بر اساس اصول اخلاقی زندگی کنید. اساس کتاب ۱۰۱ روش اخلاقی، همین است. فلاسفه، اساتید، حکما و حقوقدانان با پیچیده کردن این موضوع ساده، انسان را در این‌خصوص به سردرگمی کشانده‌اند. با این‌که داشتن زندگی معنوی و اخلاقی همیشه آسان نیست، اما نیاز چندانی به آگاهی‌های

پیچیده ندارد. این کتاب، به شما کمک می‌کند مسیر زندگی و کارتـان را از لحاظ اخلاقی هموار سازید تا بتوانید به موفقیت چشمگیری دست یابید.

۱

هر آنچه برای اخلاق حرفه‌ای اتفاق می‌افتد؟

امروزه توصیف شما از علم اخلاق در مشاغل چیست؟ شگفت‌انگیز؟ یا سرد و بی‌تفاوت؟ اکثر مردم اختلاف نظرهای زیادی با هم دارند؛ چراکه بسیاری از آن‌ها به بیماری دروغگویی و بی‌اخلاقی شغلی گرفتارند. واکنش شما پس از شنیدن این اسامی چیست: انرون، دنیس کوزلووسکی، ورد کام و شرکت آدلفیا؟ به احتمال زیاد، حس نامعلومی پیدا می‌کنید. با این‌که خواهان رسوا شدن عملکردهای غیراخلاقی آن‌ها هستید، اما قصد ندارید آن‌ها را بی‌حرمت کنید.

پروفسور برت‌ترومن، استاد حسابداری دانشگاه برکلی و مدرس رشته‌ی اقتصاد می‌گوید: چرا بازار در حال افت‌وخیز روزانه است و سرمایه‌گذاران به‌درستی نمی‌دانند به چه کسی باید اعتماد کنند؟ چرا سرمایه‌گذاران فقط به ساخت‌وساز روی آورده‌اند و از ورود به بازارهای جهانی می‌هراسند؟

اوضاع به همین منوال ادامه خواهد داشت. مشکلات اخلاقی امروزی به دنیای کسب‌وکار منحصر نمی‌شوند و با این‌که مسایل و مشکلات اخلاقی در دنیای تجارت، چندان قابل توجه نیست، اما به‌طور نامحسوسی باعث محدودیت‌هایی شده است. طی سال‌های اخیر، درباره‌ی سوءاستفاده‌های اخلاقی که منجر به ایجاد رعب و وحشت عمومی شده، مراکز مذهبی، با صدور ابلاغیه‌های گوناگون، نحوه‌ی رویارویی با این مشکل را توضیح داده‌اند.

اکثر روزنامه‌نگاران و اساتید دانشگاه، ازجمله توماس چیلدر و استفان امبروز، نسبت به این کتاب، اظهار نظرهایی کرده‌اند که مهم‌ترین آن «دانستنی‌های ستیزه‌جویانه» است.

این در حالی‌ست که در بازی‌های المپیک زمستانی ۲۰۰۲، یکی از اسکیت‌بازان به روشی زورگویانه متوسل شد تا بتواند پیروزی را از آن خود کند. خبرنگاران ورزشی در این باره معتقد بودند هر جا رقابت هست، لغزش‌های اخلاقی هم به چشم می‌خورند.

وقتی جورج بارنا از مردم خواست که به همه‌ی مشاغل اعتماد کنند، مردم واکنش‌های جدی نشان دادند. آن‌ها معتقد بودند برای ایجاد اعتماد و اطمینان در هر حرفه‌ای باید اصول اخلاقی فوق‌العاده‌ای ایجاد شود. سرانجام نظریه‌ی بارنا از سوی مردم پذیرفته شد.

درصد اعتماد به انواع رهبری شغلی

مدیر شرکت‌های بزرگ:	۳ درصد
مقامات رسمی و منتخب:	۳ درصد
نویسندگان، کارگردانان و تهیه‌کنندگان:	۳ درصد
خبرنگاران و روزنامه‌نگاران:	۵ درصد
مدیران مشاغل کوچک:	۸ درصد
وزراء و مقامات مذهبی:	۱۱ درصد
معلمان:	۱۴ درصد

طبق این آمار، ۶ الی ۷ درصد مردم به جلب اعتماد عمومی، علاقه‌ی چندانی ندارند و آن را چندان جدی نمی‌گیرند و فقط فرهنگیان (معلمان) بیش از سایر مشاغل، خواستار جلب اعتماد هستند.

دوراهی‌های اخلاقی

موضوع دوراهی اخلاقی، آدمی را از جوامع شغلی متنفر می‌کند. عده‌ی زیادی می‌خواهند بدانند چرا پایبندی به اخلاق، گاهی دشوار می‌شود؟

واکنش‌های مختلفی در پاسخ به این سؤالات وجود دارد. من معتقدم مردم رفتارهای غیراخلاقی‌ای را انتخاب می‌کنند که به آن‌ها اعتقاد دارند .

۱) آسان‌ترین کار را انجام می‌دهیم

از جمله تعاریف دوراهی اخلاقی، انتخاب مسیرهای نادرست، به‌واسطه‌ی ضوابط دشوار اجرایی است. وقتی کاری را تحت شرایط گوناگون انجام می‌دهیم، آیا اغلب به دنبال رفتارهای آسان هستیم یا رفتارهای پردردسر؟ به‌طور مثال، وقتی منشی، شما را در برابر موقعیت‌های کاری مختلف قرار می‌دهد و دروغ می‌شنوید باید چه کاری انجام دهید؟ یا این‌که چگونه می‌توانید به وعده‌هایی که به مشتریان داده‌اید عمل کنید؟

دو راهی‌های بیشتر می‌توانند منجر به انتخاب نادرست شوند
این دوراهی‌ها تحت موقعیت‌های مختلف اجرایی، تعریف می‌شوند.
عده‌ی زیادی معتقدند در موقعیت‌هایی که موانع زیادی بر سر راهشان قرار دارند ارتکاب رفتارهای غیراخلاقی، اجتناب‌ناپذیر است.

وقتی می‌دانیم رفتارمان نادرست است، باید چه کنیم؟ چرا با این‌که می‌دانیم اشتباه است اما همچنان دیگران را فریب می‌دهیم؟ چرا با این‌که مطمئنیم ناپسند است اما همچنان از ساعات کار می‌دزدیم که به امور شخصی‌مان رسیدگی کنیم؟ چرا در بعضی اصول اخلاقی، دچار لغزش می‌شویم و خودمان را تحت فشار رفتارهای نادرست قرار می‌دهیم؟

۲) کاری را انجام می‌دهیم که باید در آن پیروز شویم

تصورم این است که اکثر مردم، از سردرگمی متنفرند! مدیران، خواهان موفقیت و درآمد شغلی بیشتر هستند. بسیاری از آن‌ها تصور می‌کنند بین اخلاق و موفقیت باید یکی را انتخاب کنند تا به خواسته‌ی قلبی خود برسند.

درباره‌ی سوابق مدیریتی مشاغل آتلانتا گزارش‌های متعددی به دست آمده است. در این گزارش‌ها، نظراتی مبنی بر محوریت خرید و فروش، مشتریان و کارمندان وجود دارد که نشان‌دهنده‌ی تعمق در علم اقتصاد است. آن‌ها سه روز از ماه را به برگزاری کنفرانس و جلسات عمومی اختصاص می‌دهند تا بتوانند مسائل کاری را حل کنند. طی این جلسات، مدیران برای دفاع از فعالیت‌های مجموعه‌ی خود، پیشنهاداتی ارایه می‌دهند تا در راستای همکاری بتوانند به منافعی کلی دست یابند. ناگفته نماند که این امکان وجود دارد آن‌ها برای رسیدن به موفقیت، دست‌به‌دامن قول‌هایی بی‌پایه و اساس نیز شوند.

چرا در چنین مواقعی از علم اخلاق بهره نمی‌بریم؟

اگر کسی در محل کار بمیرد، اتاق کار او در سکوتی فرو می‌رود که لحظات ناامیدانه‌ای را حکمفرما می‌کند.

تصور کنید اگر مدیری، با اولویت دادن به مصلحت دیگران، واکنشی مثبت مانند چشم‌پوشی از موفقیت فردی، نشان دهد بسیاری از مسایل حل می‌شوند. او با این کار می‌تواند اعتماد قابل‌توجهی را جلب کند. بنابراین، بسیاری معتقدند که اخلاق و ضوابط آن در پیشرفت شغلی، نقش مهمی دارد.

من معتقدم توافق عمومی، یکی از ارکان مهم اخلاق شغلی است که در زمان‌ها و مکان‌های متفاوت، رنگ‌ولعاب خاصی دارد. تصور بسیاری از فروشندگان بر این است که گاهی رعایت اصول اخلاقی، مانع بروز

خلاقیت و جذب مشتری می‌شود و درباره‌ی علم اخلاق، دیدگاهی نه‌چندان مثبت دارند.

CEO تنها شرکت معتقد به اصول و عقاید اخلاقی مطلوب نیست. شرکت‌های زیاد دیگری هم وجود دارند که به دلیل رعایت اصول اخلاقی، فرصت‌های شغلی زیادی را از دست داده‌اند اما همچنان پایبند باقی مانده‌اند. این نگرش مطلوب، پس از مدتی، توانمندی و موفقیت آن‌ها را افزایش داده است.

بسیاری از مردم بر این باورند که اصول اخلاقی در مشاغل، منجر به ایجاد محدودیت در فرصت‌ها و نگرش‌های منتج به پیشرفت شده و از توانمندی آن‌ها برای دستیابی به موفقیت می‌کاهد.

در ذهن کسانی که برای رسیدن به موفقیت، دور علم اخلاق را خط می‌کشند، بدگمانی عمیقی وجود دارد. آن‌ها با هِنری آدامز، استاد دانشگاه هاروارد، موافق هستند. آدامز می‌گوید: اخلاقیات با مسایل خصوصی و خوشگذرانی رابطه‌ی نزدیکی دارد.

فرهنگ امروزی به‌طور طنزآمیزی، وامدار زندگی سنتی است. ممکن است اخلاق، تنها عامل خوشی برای افرادی به‌شمار رود که قصد درست زندگی کردن را ندارند.

من معتقدم برای روبه‌رو شدن با دو راهی اخلاقی، دو عامل اصلی وجود دارد:

الف. کسب موفقیت به‌واسطه‌ی هر آنچه انجام می‌دهیم در حالی‌که از پایبندی به اصول اخلاقی، خبری نیست.

ب. برخورداری از علم اخلاق و نادیده نگرفتن آن. افراد معدودی خواهان بی‌صداقتی‌اند، کمتر پیدا می‌شود کسی خواستار بی‌صداقتی و بی‌اخلاقی باشد.

۳) ما انتخاب‌هایمان را در شمار نسبیت‌گرایی منطقی قرار می‌دهیم

بسیاری از مردم بدون برخورداری از کوچک‌ترین موفقیتی با تصمیم‌گیری لحظه‌ای و براساس نوع ضوابطشان به‌راحتی دست به انتخاب می‌زنند. این در حالیست که دکتر جوزف فلتچر در کتاب «موقعیت‌های اخلاقی» که در اواسط ۱۹۶۰ به چاپ رسیده است، بر حقانیت وجود عشق در اخلاق و رفتار، پافشاری کرده است. او در این کتاب اشاره به عشقی دارد که در اینجا توجه شما را به برخی از مطالب آن معطوف می‌کنیم. او می‌گوید: «عشق در اخلاق و رفتار، درست زمانی برای مردم ثابت می‌شود که انسان حالت روحانی آن‌را در درون خود احساس کند. فلسفه‌ی این عشق در بُعد نظری، آموزشی و در دنیای علوم ماورایی، قابل لمس است.»

آن زمان (۱۹۶۰) موقعیت‌های اخلاقی در دامنه‌ی هنجارهای اجتماعی و رفتارهای مردمی به دست می‌آمد.

مذهب و دولت بعد از گسترش سریع آموزش جهانی، به عنوان ارکان مدیریتی معرفی شدند و در زمره‌ی مشغله‌های جهانی قرار گرفتند. درحالیکه، امروزه موقعیت‌های اخلاقی بر مبنای ارکان پیشین رشد می‌کنند. به نظر من، این موضوع منجر به ایجاد اغتشاش اخلاقی می‌شود، چراکه هر فردی، به تنهایی دارای ضوابطی است که درنتیجه‌ی تغییر موفقیت به موقعیت، حاصل می‌شود. البته محیط نیز نقش بسزایی در این زمینه خواهد داشت.

در دانشگاه میشیگان، درباره‌ی مدیریت منسجم اخلاقی بحث می‌شود که هر نظریه، دارای مضامین خاص خود است. یکی از مهم‌ترین نظریه‌ها این است که علم اخلاق هرگز با نگرش‌های اخلاقی افراد تحت تأثیر صداقت و درستی، مرتبط نخواهد بود و هرگز به‌واسطه‌ی انسانیت و خصوصیات درست، شکل نمی‌گیرد. این نظریه باعث شد بسیاری از

دانشجویان این دانشگاه، براساس نگرش‌ها و ضوابط فردی خود، مقالاتی ارایه دهند و درباره‌ی رابطه‌ی اخلاق با ضوابط فردی، بحث کنند.

هر کس خواهان استفاده از اندیشه‌ها و ضوابط فردی خود است. در این میان، عملکردهای نادرست مردمی، در راستای قضاوت و توجه، سرانجام عملکردهای انسانی را خدشه‌دار می‌کنند؛ چراکه هر کس خواستار مدیریت براساس تفکر فردی است.

حال این سؤال مطرح می‌شود که تصمیمات اخلاقی در چه موقعیت‌هایی اتخاذ می‌شوند؟ چرا اخلاق، رکن اصلی تصمیم‌گیری‌های ماست؟ چه چیزی برایمان خوب است؟ مصلحت ما در موقعیت‌های متفاوت چیست؟

تغییر با سرعت برق و باد

خوشبختانه، با ارتقاء انتظارات مردمی برای ایجاد اخلاق در مشاغل، هدریک عضو CEO دستورات جدیدی را برای از بین بردن اخلاقیات کشمکش‌زا در مشاغل، ابلاغ کرد و شفافیت این موضوع با بررسی ارزش‌ها و اهداف اخلاقی حاصل شد.

براک‌دینگسن، مدیر یکی از شرکت‌های تجاری، در ایمیلی که برایم ارسال کرده این‌طور گفته: تصور کنید در یکی از مراکز بازرگانی قصد دارید درباره‌ی آنچه می‌بینید، اطلاعاتی کسب کنید. هر تغییری در ارزش‌ها یا استراتژی‌ها اغلب، منعکس‌کننده‌ی موضوعی است که درمورد آن صحبت می‌شود و حس کنجکاوی شما را برای دانستن بعضی عوامل افزایش خواهد داد. بله، همه خواهان به دست گرفتن کلید مدیریت هستند تا بتوانند به سود مالی و مزایای جدید دست یابند. این قبیل مدیران، در تصمیم‌گیری‌های گروهی و در اجرا یا عدم اجرای قوانین، منطبق بر نوع موقعیتی که در آن قرار دارند، اظهار نظر می‌کنند.

پرداختن به استراتژی‌های حقیقی در راستای اخلاق، موضوع مهمی است. در پی اجرای آن باید علم اخلاق را ابزار رسیدن به اهداف فردی قرار داد تا بتوان اخلاقیاتِ درست، درک دیدگاه‌های دیگران و حقیقت را افشا، و تصمیمات درستی اتخاذ کرد.

جرمی‌فارمر مدیر باتجربه‌ی یکی از بانک‌های شیکاگو به کارمندانش گفته است که علم اخلاق از بزرگ‌ترین عوامل خدمت به عموم است؛ چراکه می‌توان قوای درونی و بالقوه را با آن شناسایی کرد. او برحسب نوع اخلاقیات در زمینه‌ی تمایزهای رفتاری، پرسش‌هایی را مطرح کرد تا بتواند هر یک از دیدگاه‌های فردی کارمندانش را جویا شود. در این راستا شناخت فرهنگ‌ها نیز بسیار اهمیت دارد.

بدترین اخبار در مورد افرادیست که نمی‌دانند چگونه تغییر کنند یا خودشان را با شرایط وفق دهند. برخی درباره‌ی رویارویی با موقعیت‌ها، مشابه مسافران خارجی عمل می‌کنند که زبان کشوری را نمی‌دانند و نمی‌توانند به‌راحتی با مردم ارتباط برقرار کنند؛ یا کسانی که در سفرهای هوایی، دچار ترس یا حالات درونی عجیب می‌شوند.

گاهی عده‌ای، از بدترین خبرها، درس یا پیامی خوب دریافت می‌کنند. برخی دیگر که تعدادشان کم هم نیست، خودشان را غرق اخبار تحولات ناخوشایند می‌کنند و قادر نیستند آن‌ها را فراموش کنند. در حالی‌که اخبار خوب به آن‌ها روحیه و انرژی می‌دهد یا حتی غرق اوهامی شیرین می‌شوند که رسیدن به آن‌ها دور از تصور است.

در مراجعه به شرکت‌های تجاری، خواهان صداقت کارمندان در افشای رویدادها هستید در حالی‌که تراز اخلاق و رفتار کارمندان، پاک کردن بعضی صورت مسئله‌های لاینحل است که نشانه‌ی عدم صداقت آن‌هاست.

به نحوه‌ی برخورد افراد با فرهنگ‌های گوناگون دقت کنید تا دریابید هر کس منطبق بر فرهنگی که به آن اعتقاد دارد، چه واکنشی نشان می‌دهد. عده‌ای برای برخورداری از آنچه آرزویش را دارند، به هر کاری دست می‌زنند یا هر تفکری را انتخاب می‌کنند. دریغ؛ نمی‌دانند اخلاق و منش درست، بسیاری از خواسته‌ها را برآورده می‌کند. همه‌ی مردم دنیا، حتی کسانی که علاقه‌ی چندانی به اخلاقیات شغلی ندارند، نمی‌خواهند با کسی که صداقت شغلی ندارد مواجه شوند یا به‌اصطلاح کسی سرشان را شیره بمالد.

بررسی دستورالعمل‌های منابع خارجی اخلاق

به گفته‌ی جان‌رایان، مقاله‌نویس آمریکایی، شرکت‌های بازرگانی بزرگ که شرکت‌های کوچک تجاری را اجاره کرده‌اند، برای ارزیابی بهتر تولیدات و ترغیب کارمندان به فعالیت بیشتر، اخلاقیات مختلفی را وارد کار می‌کنند. آن‌ها با این کار قصد دارند به‌وسیله‌ی اخلاق و وجدان، توجه زیادی را به سمت محصولات‌شان جلب کنند. رایان در این‌باره می‌گوید: «اغلب آن‌ها برای تکمیل کادر خدماتی و تامین محصول، هزینه‌هایی را تقبل می‌کنند تا بتوانند به کسب‌وکار ادامه دهند. این کار، کمک چندانی به برآورده شدن خواسته‌های مدیران، کارمندان و خریداران نمی‌کند. چراکه ایجاد انگیزه‌های اخلاقی و شغلی سالم، لازمه‌ی پیشرفت در هر شغلی است. طفره رفتن از کار یا عدم‌رعایت اصول اخلاقی، منجر به اِعمال تنبیه از سوی شرکت‌ها می‌شود بنابراین، اجرای برنامه‌های اخلاقی قابل‌قبول در کاهش محکومیت و خطاکاری، نقش بسزایی دارد.»

ارایه‌ی یک مورد اخلاقی

روش دیگر، نشان دادن رفتار اخلاقی درست هنگام مشاهده‌ی تخلف است. فرانک.جی‌ناوران، مدیر و مشاور، درباره‌ی ارایه‌ی موارد اخلاقی، مباحثی را مطرح کرده است که نقاط ضعفی نیز دارد. یکی این که تأثیر مورد اخلاقی هنگام ایجاد موقعیت‌های ناخوشایند، متغیر و حتی گاهی ناچیز است، چراکه این مورد اخلاقی، با انجام تخلف حاصل می‌شود. اگرچه تنبیه از سازماندهی و ترغیب کارمندان می‌کاهد، اما در دستیابی به ضوابط مالی، سودمند است. با این‌که تنبیه از بروز رفتارهای غیراخلاقی به‌تدریج می‌کاهد اما به همان میزان، قدرت عملیاتی آن‌ها را نیز کاهش می‌دهد.

با این تفاسیر، ارایه‌ی راهکار اخلاقی درست در مقابل تخلف، نتایج منفی به دنبال نخواهد داشت. بهترین عملکرد، توجه به تخلفات و گوشزد کردن به کارمندان است. باید از ابتدا با رعایت موازین اخلاقی، مشاغل را ارتقا بخشید.

بعضی شرکت‌ها تلاش می‌کنند با استناد به اخلاقیات شغلی، قانون و ضوابط مدنی را مرجع تصمیم‌گیری قرار دهند. در حالی‌که نتیجه‌ی آن، جز ورشکستگی اخلاقی (اختلاس اخلاقی) نیست، چراکه اگر حقوق و قضا به عنوان یک اخلاق، جایگزین اخلاقیات و رفتارهای مناسب شغلی شود، بسیاری از خطاهای رفتاری انسان‌دوستانه نادیده گرفته می‌شوند.

زمانی که کوین‌رولین، رییس یک شرکت کامپیوتری، پرسش‌هایی را درباره‌ی نقش اخلاق در مشاغل مطرح کرد، الکساندر سوزانیت روسی با او مخالفت کرد و گفت: «من در جامعه‌ای زندگی می‌کنم که قانون در آن هیچ نقشی ندارد و به تجربیات ناخوشایندی نیز دست یافته‌ام».

اما در جامعه‌ای که قانون به عنوان ضابطه در رفتار اخلاقی نقش داشته باشد، حوادثی جبران‌ناشدنی و نامعلوم پیش خواهند آمد.

همچنین رولین گفته است: «سوزانیت معتقد است اگر آمریکا خواهان ضوابط قانونی درباره‌ی امتیازات اخلاقی باشد، بسیاری از موارد مهم را از دست خواهیم داد». حال آن‌که، انسان می‌تواند بهترین باشد و در بهترین شرایط به سر ببرد. تصورم این است که برقراری ارتباط با اخلاق، زمانی میسر می‌شود که بر پایه‌ی حقوق مدنی باشد. بسیاری از ما معتقدیم اشکالی ندارد کسی خواهان به دست آوردن مزیتی باشد اما باید با رعایت حقوق و قوانین، این اتفاق بیفتد.

حال، کدامیک درست است؟ حقوق یا اخلاق؟ اگر کارمندان یک شرکت، تنها بر مبنای ضوابط حقوقی عمل کنند، نقش اخلاقیات چه می‌شود؟ اگر تنها بر مبنای اخلاقیات عمل کنند، رعایت حقوق و قوانین بر چه اصولی، حاکم خواهد بود؟

زمانی که به‌طور کامل شخصی‌ست

یکی از مشکلات ما نگرش‌های اجتماعی یا سیاسی به مشاغل، آن‌هم بدون برخورداری از اخلاقیات است؛ زیرا هر کس، دارای دیدگاهی فردی بوده و در عین حال، خواستار صداقت کامل است. مطالعات نشان داده که مردم همیشه برای تأمین خواسته‌های دیگران، از اصول اخلاقی به‌طور کامل استفاده نمی‌کنند و گاهی کم‌کاری می‌کنند. ۸۸ درصد دانشجویان معتقدند در مشاغل آمریکا، بحران اخلاقی جدی وجود دارد در حالی‌که ۷۷ درصد معتقدند CEO باید مسئول رسیدگی به این امور باشد. ۵۹ درصد

دانشجویان به برقراری اصول اخلاقی و انسانی در همه‌ی مشاغل، رأی مثبت داده‌اند.

افرادی که در اداره‌ی مالیات، با پنهان کردن صداقت و انسانیت خود، موجودیت‌شان را بر مبنای میزان خرید و فروش می‌سنجند، فریب می‌خورند. آن‌ها مشاغل خود را به‌طور فردی می‌سنجند و برحسب میزان دادوستد، به مشتریان احترام می‌گذارند.

در بیشتر فعالیت‌های تجاری، حدود ۴۳ درصد مردم برای رسیدن به سود سالانه و جایگاهی مطلوب، رفتار غیراخلاقی را می‌پذیرند. ۷۵ درصد مردم با توجه به مشاهده‌ی عملکرد و عدم انجام بعضی اصول کاری، پایبند اجرای اخلاقیات هستند.

افرادی که فریب می‌خورند، ازجمله‌ی کسانی هستند که در پرداخت مالیات، دیگران را فریب می‌دهند و با این‌که فریب دادن را کاری پررنگ و لعاب می‌دانند خواهان صداقت و تمامیت اخلاقی در خریدوفروش هستند تا با مساعدت دیگران بتوانند به نتایج مالی خوبی برسند. نامزدهای انتخاباتی برای کسب آراء بیشتر؛ یا منشی‌های ادارات برای جذب مشتریان بیشتر، چشم خود را به روی علم اخلاق می‌بندند.

می‌دانیم که بحث درباره‌ی اصول اخلاق و بررسی میانگین خواسته‌های انسانی، کار آسانی است. اما چرا اکثر مردم در آزمون اخلاق، به‌ویژه هنگام دستیابی به رتبه‌های عالی، مردود می‌شوند؟ سخت‌تر از آن، زمانی است که اخلاق باید به عنوان رکنی اساسی در زندگی انتخاب شود. این انتخاب و رویارویی، برای بیشتر ما به معنای به مخاطره افتادن جایگاه مالی ناخوشایند است.

چرا این حالت پیش می‌آید؟ باید چه کاری انجام دهیم؟

در سال ۱۹۸۰، رییس‌جمهور یکی از کشورهای غربی، برای افزایش بازدهی اقتصادی کشورش، به تجهیز اصولی حسابداری مالی پرداخت. او قصد داشت با این شیوه، همسایگانش قادر نباشند از فریب‌های اقتصادی بر علیه کشورش استفاده کنند. این وضعیت باعث شد بسیاری از پناهندگان، شغلشان را از دست بدهند؛ چراکه سیستم اقتصادی، طی اجرای سیاست‌های پولی، به‌طور کلی دگرگون شد. درنهایت، این سبک اقتصادی منجر به درماندگی عده‌ی زیادی شد.

وقتی خودم دست به انتخاب می‌زنم، فشار روحی زیادی حس می‌کنم؛ زیرا انتخاب، کاری دشوار است. انتخاب درست در زمینه‌ی فعالیت دولتی، برای بسیاری از خدمتگزاران در عرصه‌ی سیاست، بسیار مشکل است. تصور بر این است که صداقت و اخلاق منجر به سودجویی یا گاهی دشمنی می‌شود و از پیشرفت، خبری نیست.

بر روی خط ژرف اخلاق

من خواهان علم اخلاق هستم و به آن اعتقاد دارم. به‌علاوه، معتقدم که انجام هر کاری با صداقت و اخلاقیات امکان‌پذیر بوده و سرانجام آن، موفقیت شغلی خوب است. درواقع، طبق مطالعات مرکز تحقیقات اصول اخلاقی واشنگتن دی‌سی و شرکت‌های دیگر، انجام صادقانه‌ی بسیاری از کارها منجر به ایجاد جامعه‌ای مسئول و بسیاری از فعالیت‌های سودآور در راستای آرمان‌های ملی خواهد شد. هیچ‌کس، خواستار وضعیتی جز این نیست.

جیمزبوک و جانسون، روسای یکی از دانشگاه‌ها، در این‌باره این‌طور می‌گویند: «اگر در یکی از بخش‌های دانشگاهی، مدت سی سال ۳۰ هزار دلار سرمایه‌گذاری کنید و سود روزانه‌ی آن حدود ۱۳۴ هزار دلار باشد و بخواهید ۳۰ هزار دلار دیگر برای فعالیت‌های مذهبی و اجتماعی بعضی شرکت‌های وابسته، سرمایه‌گذاری کنید و ارزش پول‌تان، روزانه ۲ هزار دلار باشد و در پایان سال، ارزش سرمایه‌گذاری شما به یک‌میلیون دلار برسد، برای این‌که از بسیاری جوانب اخلاقی برای دستیابی به سود بهتر، آسوده‌خاطر باشید چه می‌کنید؟»

شرکت‌هایی که درباره‌ی انجام کارهای درست اخلاقی بحث می کنند باید به درج الحاقیه‌ی اجتماعی برای مسئول دانستن هر یک از افراد بپردازند تا هر فعالیتی براساس تمامیت انسانی و اخلاقی صورت بگیرد.

اگر اخلاق در کار را بپذیرید، به‌طور خودکار غنی و موفق خواهید شد. آیا به این جمله اعتقاد دارید؟ البته که نه! آیا می‌توانید راهی برای موفقیت ایجاد کنید؟ شاید! در مقابل، افرادی که تنها برای انجام هر کاری به اصول اخلاقی پایبند هستند، در پایان فعالیت خود در لبه‌ی پرتگاه (موفقیت یا شکست) قرار دارند؛ زیرا فقط با اخلاق، پیروزی حتمی به دست نمی‌آید و اخلاق تنها در شغلی بدون کاردانی، موفقیت را میسر نمی‌کند. البته افراد نادان برای انجام کاری که به زمان نیاز دارد، مسئولیت خود را به دیگران واگذار می‌کنند و به این ترتیب، خود را در جریان فعالیتی مستمر قرار نمی‌دهند. آن‌ها از رفتارهای اخلاقی در امور مالی خود می‌ترسند و احساس می‌کنند دیگران قصد دارند با رفتار خشن خود، بر سر آن‌ها کلاه بگذارند.

تجربه نشان داده که انجام فعالیت‌های مستمر، به‌همراه ارایه‌ی رفتار و اخلاقیات درست، درنهایت منجر به موفقیت می‌شود. ممکن است رفتارهای اخلاقی با فشارهای کاری، طی دوره‌ی زمانی کوتاه، چندان ملموس نباشد و گاهی افرادی به موفقیت دست بیابند که پایبند و معتقد به اصول اخلاقی نیستند. بنابراین، طبق بررسی‌های انجام شده، رفتارهای اخلاقی در یک دوره‌ی طولانی، حتی به‌دلیل فشارهای کاری، ملموس می‌شوند؛ زیرا عجین شدن با اخلاق در همه‌ی مسیرهای شغلی، پشتوانه‌ای از اعتماد و اطمینان را حاصل می‌کند و دیگران سعی می‌کنند با شرکت‌های درستکار، ارتباط کاری برقرار کنند. آیا تا به‌حال به کسانی برخورده‌اید که زندگی‌شان بر مبنای میانبر، فریبکاری و اغفال بوده و در این مسیر، حال‌شان خوب باشد و احساس سرزندگی هم کنند؟

حضرت سلیمان درباره‌ی زندگی چنین می‌گوید: «همچون چراغ‌های روشن، راه‌های زیادی برای درست زندگ کردن وجود دارند که اگر آدمی آن‌ها را بیابد، زندگی طولانی و توام با روشنایی خواهد داشت. جاده‌ی دروغ، تاریک است و هر کسی قادر به دیدن آن نیست و درنهایت با صورت، محکم به زمین می‌خورد».

بنا بر گفته‌ی جابز.جی.ام‌کوری، در آمریکا به آموزش صداقت و پذیرش اصول اخلاق حرفه‌ای می‌پردازند تا بتوانند بنیاد درستی را تحت ویژگی‌های اخلاقی به کارمندان آموزش دهند. این ویژگی‌ها دارای عواملی اصولی و قدرتمند هستند که در فعالیت و هدایت، نقشی اساسی داشته و دولت را نسبت به فعالیت شرکت‌های دولتی، آسوده‌خاطر می‌کنند. برخی محققان معتقدند که وجود جنبه‌های اخلاقی در مشاغل، مفید و مثمرثمر است. این جوانب ابتدا در خانواده و سپس در جامعه شکل می‌گیرند. کسی که خواستار

اخلاقیات و وجدان کاری است، درحقیقت با ویژگی‌های اخلاقی سروکار دارد. بنابراین، بنیاد سازمان به‌طور گروهی ساخته نمی‌شود، مگر این‌که هر یک از اعضاء آن در راستای ساختن یک بنیاد برخوردار از علم اخلاق بکوشند.

ناگفته نماند که در پردازش سازمانی بااخلاق، امکان دارد برخی دشواری‌ها، عده‌ای از مدیران و رهبران را تحت فشار قرار داده و درنتیجه آن‌ها از زیر بار این سختی‌ها شانه خالی کنند و از مسیر و عملکرد درست، منحرف شوند.

اجازه دهید برگردیم به بعضی اصولی که در صفحات قبل به آن‌ها اشاره کردیم. چطور تشخیص می‌دهید چه‌چیزی خوب است؟ چگونه علیرغم وجود فشارهای مختلف، تنها با فراهم شدن یک موقعیت، به سمت مسیر درست، رانده می‌شوید؟ کجاها می‌توانید ضوابط درست را بیابید و در هر موقعیتی خودتان را به‌درستی وفق دهید؟ تحت چه راهنمایی‌هایی با خیالی آسوده می‌خوابید، در شغلتان پیشرفت می‌کنید، به ازدواجی موفق دست می‌یابید و با اعتماد به‌نفس زیاد، در هر زمانی به فعالیت‌تان می‌پردازید؟

شرکت‌هایی که در فعالیتشان اخلاق و صداقت را رعایت می‌کنند و به مسئولیت‌های اجتماعی خود متعهدند، به سوددهی بیشتری می‌رسند.

۲

چرا این قانون، طلایی است؟

وقتی درباره‌ی اخلاق، بحث به میان می‌آید، خودتان را چگونه می‌سنجید؟ ویلیام.اچ.بواتکر که کارشناس دینی است در این‌باره گفته است: «انسان باید بیش از همه با خودش روراست باشد. کسی که با خودش روراست نیست، به‌زودی نسبت به وضعیت خود و زندگی‌اش احساس ناامیدی و ضعف می‌کند.» بنابراین، به عقیده‌ی من، همه با توجه به تعاریفی که از خود دارند، در یکی از پنج گزینه‌ی زیر قرار می‌گیرند:

۱. همیشه بااخلاق هستم.
۲. بیشتر اوقات بااخلاق هستم.
۳. تا حدودی بااخلاق هستم.
۴. به‌ندرت بااخلاق هستم.
۵. هرگز بااخلاق نیستم.

کدامیک از موارد فوق درباره‌ی شما درست است؟ از چه ویژگی‌های اخلاقی برخوردارید؟ کمی مکث می‌کنید. به احتمال زیاد، گزینه‌ی یک یا دو را به خودتان اختصاص می‌دهید و بهترین توصیف را از خودتان خواهید داشت.

بررسی مفاد اخلاق

اکنون شما دارای ذهنیت‌هایی درباره‌ی مشاهدات و تصورات درونی‌اتان هستید. قصد دارم شما را با دیدگاه‌های اخلاقی گوناگون آشنا کنم:

۱. اکثر مردم، خود را در گروه اول یا دوم قرار می‌دهند، چراکه تلاش‌می‌کنند در بیشتر مواقع، فردی بااخلاق باشند.
۲. اکثر افرادی که خود را در گروه دوم قرار می‌دهند، کسانی هستند که در پی راحتی‌اند و از درگیری می‌گریزند، چراکه تمرین برای قرار گرفتن در موقعیت‌های ناخوشایند برایشان نامطلوب و ناپسند است. برای آن‌ها از دست دادن، ناراحت کننده است و برای دستیابی به موفقیت، بهای ناچیزی می‌پردازند؛ چراکه پرداختن بهای سنگین برای موفقیت، برایشان ناخوشایند است. برخی از مردم خودشان را در گروه دوم قرار می‌دهند؛ چرا که آن‌ها هیچ تمایلی برای از دست دادن و ناراحتی ندارند.
۳. تصور اکثر مردم این است که بااخلاق بودن، کافیست، مگر این‌که گرفتار کسی شوند که هیچ پایبندی و تعهدی به اخلاقیات نداشته باشد.
۴. یکی از قوانینی که به مردم کمک می‌کند تا از گاهی بااخلاق بودن به همیشه بااخلاق بودن تبدیل شوند این است که، آن‌ها می‌توانند به مردم کمک کنند و تمایز و فاصله‌ی بین گروه اول و دوم را از بین ببرند.

این کتاب حاوی مطالب جامعی است که به‌عنوان نویسنده درباره‌ی آن‌ها با بسیاری از معلمان، فلاسفه، روحانیون و حقوقدانان گفتگو کرده‌ام. اکثر مردم تحت تأثیر نگرش‌های کارشناسان قرار می‌گیرند و گاهی دیدگاه‌های آن‌ها را بدون هیچ تحقیقی می‌پذیرند و حتی نسبت به آنچه در این کتاب آمده، واکنش نشان می‌دهند.

من معتقدم شما می‌توانید با استفاده از راهنمایی‌های اخلاقی این کتاب، درباره‌ی اخلاقیات، تصمیم‌های مهمی بگیرید. درواقع می‌توانید با استفاده از راهنمایی به‌نام «قانون طلایی» بیشتر یا حتی همه‌ی تصمیم‌هایتان را کنترل کنید.

آیا با حالتی تمسخرآمیز با دیگران رفتار می‌کنید؟ آیا فردی شکاک هستید؟ آیا تأکید من بر روی اخلاق را به‌راحتی رد می‌کنید؟ اگر چنین فردی هستید، امکان دارد به‌سادگی در باتلاق اندیشه‌های اخلاقی جدید به دام بیفتید. از شما می‌خواهم از خودتان بپرسید که رسالت انتشار این کتاب چیست؟ چرا سعی دارد اخلاق حرفه‌ای را در باب مدیریت و رهبری رواج دهد؟ از شما می‌خواهم قدری در مطالعه‌ی این کتاب تامل کنید و از خودتان بپرسید: چطور توانستم تحت تأثیر بعضی موقعیت‌ها، رفتار و اخلاقم را اصلاح کنم؟ آیا این نکته می‌تواند در موقعیت‌های متفاوت در نقش تمامیت اخلاقی یا به عبارت بهتر، راهنما محسوب شود؟

قانونی طلایی برای همه

فِرِد. اسمیت‌اس‌آر ازجمله کسانی است که درباره‌ی مدیریت شغلی با او مشورت می‌کنم. به‌یاد دارم ده سال پیش درحالی‌که با هم ناهار می‌خوردیم درباره‌ی اخلاق گفتگو کردیم و درنهایت تصمیم گرفتیم قانون طلایی اخلاق را تصویب کنیم. او گفت: یکی از فصول قانون طلایی، ایجاد موجودیت اخلاقی در هر فرهنگی است. این حرف او هنوز برایم جالب است. فرهنگ نسبیتی اخیر آمریکا در هر موقعیتی که فرد بخواهد از آن بهره بگیرد، متفاوت است و ضوابط خاص خود را دارد. فرد در هر موقعیتی، خود را دچار شک و تردید می‌کند و هر گاه در فرهنگ دیگری قرار می‌گیرد، آرزو می‌کند او را از جنبه‌ی

اخلاقی و فرهنگی بپذیرند. این در حالی است که قانون طلایی به عنوان قانونی معرفی می‌شود که به اشکال گوناگون تفسیر شده است. این تفاسیر دارای ضوابط یکسان برای همه‌ی کسانی خواهد بود که بدون توجه به تفاوت‌های فرهنگی، قصد دارند زندگی اخلاقی داشته باشند.

در زیر به بعضی از تحقیقاتی که نشان‌دهنده‌ی اشکال گوناگون قانون طلایی هستند توجه کنید:

- هر چه را که دوست داری دیگران برایت انجام دهند، برای آن‌ها انجام بده.
- چیزی که برای خودت دوست داری، برای همسایه‌ات هم دوست داشته باش.
- هر چه برای خود نمی‌پسندی برای دیگران هم مپسند. این یک قانون کلی‌ست و مابقی آن تفسیر است.
- هرگز دیگران را با آنچه که از آن آسیب دیده‌ای به زحمت نینداز.
- هرگز کاری را که خودت باید انجام دهی، وظیفه‌ی دیگران ندان؛ زیرا روزی کاری را که دوست نداری باید برای آن‌ها انجام دهی.
- هر آنچه که درباره‌ی خودت با آن موافق نیستی برای دیگران هم با آن موافق نباش.
- آنچه که برای خود، قصد انجامش را نداری، برای دیگران هم انجام نده.
- با همه‌ی موجودات عالم طوری‌رفتار کن که دوست داری با تو رفتار شود.
- وقتی با تکه‌ای چوب نوک‌تیز، پرنده‌ی کوچکی را اذیت می‌کنید، همین کار را روی بدن خودتان هم انجام دهید تا دریابید چقدر دردناک است.

دو نکته‌ی مهم درباره‌ی اخلاق وجود دارد؛ اول: معیارها و ضوابط درست برای پیروی؛ دوم: تمایل به پیروی از آن‌ها.

پرواضح است که قانون طلایی، به مرزهای فرهنگی و مذهبی کشیده شده و مردم اقصی نقاط جهان آن را پذیرفته‌اند. این قانون، نزدیک‌ترین ضابطه‌ی راهنمای جهانی برای اخلاق و اصلی واقعی و مهم در اخلاق است که شامل معیاری برای پیروی و همچنین تمایل به پیروی از آن است.

انجمن اخلاقی جوزفسون برای بهبود کیفیت اخلاقی جامعه گفته است: اخلاق عبارت است از چگونگی رویارویی با چالش‌های عملی درست! درحالی‌که هزینه‌ی آن بیش از حد انتظار خواهد بود. اخلاق دارای دو بنیان است؛ اول: بکارگیری توانایی تشخیص درست از نادرست، خوب از بد، متناسب از نامتناسب؛ دوم: تعهد و پایبندی به هر آنچه که درست، خوب، سازگار و متناسب است. بنابراین، واکنش‌های اخلاقی نه‌تنها موضوعی قابل بحث هستند، بلکه هر شک و تردیدی درباره‌ی آن‌ها، منجر به پریشانی ذهنی در فرد خواهد شد و از انجام هر عمل و رفتاری، دوگانگی حاصل می‌شود.

چرا باید قانون طلایی اخلاق را بپذیریم؟

من آدم ساده‌لوحی نیستم و می‌دانم که هیچ‌کس مانند من در پی عملکرد ساده و رهنمودهای اخلاقی اجرایی در زندگی نیست. بعضی از مردم به‌راحتی، دزدی، فریبکاری، زیر آب زنی، و اعمال ناشایست را برای بهبود بخشیدن به کیفیت زندگی خود انتخاب می‌کنند، در صورتی‌که بعضی از زندگی‌ها با ایده‌های بحث‌برانگیز و مشکوک، سپری می‌شوند.

اخلاق به معنای چگونگی رویارویی با چالش‌های عملی درست است، درحالی‌که ممکن است بیش از آنچه می‌پردازیم، ارزش داشته باشد.

انجمن اخلاق جوزفسون

کسانی که خواهان رسیدن به معیارهای خوب، صادقانه و متناسب هستند، باید رفتار اخلاقی خود را در زندگی به جریان بیندازند تا بتوانند قانون طلایی اخلاق را پیدا کنند. به همین دلیل، من معتقدم که:

۱. قانون طلایی اخلاق توسط اکثر مردم پذیرفته می‌شود.

برای پذیرفتن هر دیدگاهی باید در قانون طلایی، دخل‌وتصرف کنید، اما اگر شناخت‌تان نسبت به آن کافی نباشد عملکردی معمولی تحت بعضی شرایط می‌تواند قانون طلایی را استنتاج کند. آیا تا به حال به کسی گفته‌اید: لطفا مرا از بدی‌ها به سمت خوبی‌ها سوق بده؟ بدون شک، نگفته‌اید! چون هیچ‌کس برای درمان درون خود از کسی کمک نمی‌خواهد.

هر فردی که از روابط ناسالم پیروی می‌کند یا افرادی که به‌سمت رفتارهای ناخوشایند و دور از انتظار کشیده می‌شوند، بیش از هر فرد دیگری به درمان درونی نیاز دارند. ابتدا این موضوع چندان منطقی به نظر نمی‌رسد که برای هر کس فقط مطابق خواسته‌ی خود، رفتار و کرداری خاص تجویز کرد. هیچ‌کس خواهان مساعدت دیگران نیست، مگر آن‌که بخواهد بیش از پیش به آن فرد اعتماد کند.

برای بسیاری از افراد، تقاضای درمان درون، سخت‌تر از خواسته‌های دیگر است. اساس این سختی چه چیزی می‌تواند باشد؟ سلامتی؟ اگر چنین است، پس همه باید سالانه حدود صدهزار دلار برای داشتن رفتار و اخلاق خوب، هزینه کنند. کسانی که از لحاظ فرهنگی و تربیتی در سطح پایین‌تری هستند باید پانصدهزار دلار برای خوب شدن بپردازند؛ چراکه از نظر تکنیکی سروکله زدن با آن‌ها برای دست برداشتن از اخلاقیات ناپسندشان، سخت‌تر و طاقت‌فرساتر است.

حال، مردم برای درمان، مستعد چه رفتارهایی هستند؟ چرا باید اکثر انسان‌های بااستعداد از روش‌های درمانی بهتری نسبت به سایرین بهره‌مند شوند؟ آیا این منطقی است؟ بله؟ یا شاید!

به نظر شما چه کسی باید بهتر درمان شود؟ آیا شما تعیین‌کننده‌ی رفتار درمانی مناسب برای افراد بااستعداد هستید؟ درباره‌ی رفتار درمانی چگونه قضاوت می‌کنید؟ اگر فردی بااستعداد در ملاقات با فرد بااستعداد دیگری، احساس کمبود کند، چه اتفاقی می‌افتد؟ چه کسی مستحق درمان بهتر است؟ آیا به نظر شما افرادی که در مصادر سیاسی جامعه هستند، باید درمان اساسی شوند یا همه‌ی اعضاء جامعه، حق دارند درمان شوند؟ آیا قشر درجه دو جامعه نیز می‌تواند از این فرصت‌های مناسب بهره‌مند شود؟ آیا به درمان رفتار اقشار پایین جامعه هم اعتقاد دارید؟ چه چیزی به‌طور واقعی درست و به‌صلاح مردم است؟ چه چیزهایی باید جایگزین نگرش‌ها و باورهای نادرست مردم شوند؟

چراغ‌های هشدار روشن شده است، می‌توانید همه جا را خوب نظاره کنید. هیچ پدیده‌ای به خودی‌خود شکل نمی‌گیرد، مگر آن‌که به‌طور اختیاری به آن فکرکنید. سلامتی، استعداد، ایدئولوژی، ملیت، نژاد یا هر موضوع دیگری نمی‌تواند مورد حمایت منطقی قرار گیرد. آیا تا به‌حال به «مرگ‌بازی» فکر کرده‌اید؟ آیا در دوران کودکی آن را به همراه دوستان‌تان انجام داده‌اید؟

شخصی به طرف بالای تپه می‌دود و با وجود خستگی زیاد، برای آن‌که دست همبازی‌اش به او نرسد، به مسیرش ادامه می‌دهد، تا جایی که همبازی‌اش خسته شود. کسی برنده می‌شود که قدرتِ دویدن بیشتری دارد. کسی که پیروز می‌شود، باید در نقطه‌ی مقرر، نشانه‌ای به جای گذارد تا پیروزی‌اش را اعلام کند.

اولین قانون برقراری ارتباط با دیگران، جستجوی وجه مشترک برای دوستی است. قوانین این ارتباط درباره‌ی همسر و دوستان متفاوت است؛ چرا که باید در پی کشف ایده‌های مشترک میان خود و همسر بود تا راه برقراری ارتباطی موفق، هموار شود. قانون طلایی اخلاق، با استفاده از خلق زمینه‌های برقراری ارتباط منطقی با افراد، قابل‌اعتماد است.

۲. درک قانون طلایی اخلاق آسان است

نورمن کازین، یکی از ویراستارهای سابق مجله‌ی «یستردی ریویو آف لیترچر» که هم‌اکنون در دانشکده‌ی یو.سی.ال در حال تدریس و تحقیق است، این‌طور گفته است:

«اکثر دانشجویان رشته‌ی پزشکی، برای شرح و ارزیابی دروس خود از دو واژه‌ی «سخت یا آسان» استفاده می‌کنند. دروسی مانند بیوشیمی، فیزیک، داروشناسی، تشریح و آسیب‌شناسی را جزء دروس سخت؛ و دروسی مانند اخلاق پزشکی، فلسفه، تاریخ و برقراری ارتباط با بیماران را جزء دروس آسان طبقه‌بندی می‌کنند. یک یا دو دهه، بعد از فارغ‌التحصیلی‌شان، طبقه‌بندی این دروس برعکس می‌شود. آنچه آن‌ها تصور می‌کردند سخت است به‌آسانی و برعکس تعبیر می‌شود، چراکه دائم، یافته‌های پزشکی درحال تغییر و پیشرفت هستند. موضوعات آسان، به‌ویژه موضوعاتی که مربوط به برقراری ارتباط با مسائل ناملموس است تا حدودی، سخت شده و نیاز به تأمل بیشتری خواهند داشت.»

گفته‌های این ویراستار، نمایانگر مفهوم مشکلات اخلاقی است؛ زیرا اکثر مردم درباه‌ی این موضوع، به‌دلیل رویارویی با پیچیدگی‌های مبهم و ناملموس موضوعات رفتاری، دچار مشکل می‌شوند.

یکی از مزایای قانون طلایی اخلاق، ملموس کردن مسائل لاینحل است. البته آگاهی از کل قانون، درک مسائل و مشکلات لاینحل فلسفی، الزامی نیست.

توصیه می‌کنم خودتان را جای نفر مقابل قرار دهید. این کار از عهده‌ی یک کودک هم بر می‌آید و نیازی به اجرای مقررات خاص نیست. ناگفته نماند که هرگز نمی‌توان از قانون طلایی اخلاق در همه‌ی اوضاع ناخوشایند اخلاقی استفاده کرد. گاهی با این سؤال که «دلتان می‌خواهد در این وضعیت چگونه با شما رفتار شود؟» به‌عنوان سخت‌ترین مرحله‌ی شناسایی فرد در وضعیت مورد نظر، چگونگی تأثیر وضعیت بر او سنجیده می‌شود. حتی در بعضی موارد پیچیده، اگر فرد مورد نظر به این موضوع فکر کند، می‌تواند برای یافتن راه‌حلی مناسب قدم بردارد.

۳. قانون طلایی اخلاق، فلسفه‌ی بُرد بُرد است.

آیا تا به‌حال با افرادی که پیروزی خودشان را در گرو شکست دیگران می‌بینند، برخورد کرده‌اید؟ آن‌ها همه را به چشم دشمن یا رقیبی می‌بینند که باید شکست بخورند؛ یا حتی برای دستیابی به پیروزی و موفقیت، به رنج و خفت دیگران راضی می‌شوند. اساس این قبیل طرز فکرهای نامطلوب، در سپتامبر سال ۲۰۰۲ شکل گرفت که شرکت «میوچال دات کام» آن را «بنیاد فساد» نامید. به گفته‌ی مدیر این شرکت، شرکت‌هایی که بخش مهمی از درآمدشان را با فروش تولیدات زیانباری مانند دخانیات، سلاح‌های جنگی شیمیایی و ... تأمین می‌کنند در بنیاد فساد سرمایه‌گذاری کرده‌اند. این وضعیت به‌طور واقعی، نمایانگر بحران اقتصادی است. به عقیده‌ی برخی کارشناسان، سرمایه‌گذاری فساد، به میزان سرمایه‌گذاری در مؤسسات و شرکت‌هایی که دارای وجهه‌ی

اخلاقی مناسب هستند، سودآور نخواهند بود. همان‌طور که از نام آن پیداست، سرمایه‌گذاران این قبیل مجموعه‌ها می‌خواهند با استفاده از نقطه‌ضعف دیگران، امرار معاش کنند و به سود قابل‌توجهی برسند.

این نکته، مهم به‌نظر می‌رسد که اگر روزی مدیران این شرکت‌ها آگاه شوند که ممکن است مردم از نقاط ضعف آن‌ها برای کسب‌وکار و به دست آوردن سود و مزایای بیشتر استفاده کنند، چه احساسی خواهند داشت؟ وقتی با قانون طلایی اخلاق زندگی می‌کنید همه، برنده هستید. اگر هر یک از ما خواهان برقراری روابط بیشتر باشیم، برنده‌ایم. اگر با من چنین رفتاری داشته باشید، هم من و هم شما پیروز می‌شویم بنابراین بدون‌شک بازنده‌ای وجود نخواهد داشت.

۴. هنگام نیاز به راهنما، قانون طلایی اخلاق می‌تواند در نقش راهنما ظاهر شود.

قانون طلایی اخلاق، چیزی بیش از پیروزی و موفقیت را نشان می‌دهد و برای هر یک از افرادی که آن را رعایت می‌کنند، ارزش زیادی قائل است. تدکاپل، مفسر تلویزیون می‌گوید: «با جنبش و حرکت در مسیری معنوی، با مغلوب کردن همه‌ی مقتضیات آن، می‌توان به پایداری رسید و صلح، آرامش درونی و انطباق حاکم خواهد شد.» در دنیایی آکنده از شک و احساس‌خطر، بسیاری از افراد به دنبال یافتن مسیری مطمئن هستند و قانون طلایی اخلاق، این مسیر را نشان می‌دهد. این مسیر هرگز تغییر نمی‌کند و تحت هیچ شرایطی خدشه‌دار نخواهد شد. این مسیر، منسجم و مطمئن قلمداد می‌شود و از هر مسیری بهتر و تأثیرگذارتر است.

با حرکت در مسیری معنوی، با مغلوب کردن مقتضیات آن می‌توان به ثبات رسید و آرامش و انطباق درونی را احساس کرد.

کاپل

جایگاه طلایی اخلاق برای همیشه

طی بازدید از مؤسسات و شرکت‌های مختلف سراسر کشورم، با مردم و رهبران فوق‌العاده‌ای آشنا شدم و گفتگو کردم. در نمایشگاه کتاب سال ۱۹۹۸ با فرد جالبی به نام جیم‌بلنچارد، رییس شرکت سینووس ملاقات کردم. او مالک شرکت مالی و اعتباری بود و با سی‌وهشت بانک ایالتی همکاری می‌کرد. این شرکت، صاحب هشتاد درصد سهام سرویس تأمین و پرداخت الکترونیکی بود. بر اساس اطلاعات مندرج در سایت اینترنتی شرکت «واژه‌ی سینووس از ترکیب دو واژه‌ی سیزجی و نوپس شکل گرفته که اولین واژه به معنای «کار همراه با هم‌افزایی میان شرکت‌های مجزا است، به‌نحوی که نتیجه‌ی این مساعدت، بیش از مجموع کار تک‌تک آن‌ها شود» و دومین واژه به معنای «کیفیتی عالی و متفاوت از سایر موارد موجود در فهرست هر طبقه‌بندی است.»

این تشکیلات دارای بیش از ۱۸ بیلیون دلار سرمایه، بیش از ۹ هزار کارمند و یک مؤلفه‌ی ۵۰۰ فهرستی برای ضوابط استاندارد است. اگر در جریان کسب‌وکار جهانی هستید، شاید نام سینووس را شنیده باشید.

در سال ۱۹۹۸ مجله‌ی فورچون، فهرستی از ۱۰۰ شرکت درجه یک آمریکا منتشر کرد. در سال ۱۹۹۹ سینووس مقام اول را کسب کرد. از زمان انتشار این فهرست، نام این مؤسسه، هر سال در آن قید می‌شود (در حالی‌که در فهرست ژانویه‌ی سال ۲۰۰۳، شرکت فوق در مقام نهم ملی قرار گرفت).

به عنوان یکی از مدیران بازار کسب‌وکار، قصد داشتم از نحوه‌ی موفقیت جیم در ایجاد بهترین شرکت آمریکایی، اطلاعاتی کسب کنم. او طی این گفتگو گفت که چند سال قبل از فارغ‌التحصیل شدن از مدرسه‌ی حقوق در سال ۱۹۶۵ به‌عنوان رییس بانک کلمبوس و شرکت تراست در ۲۹ سالگی انتخاب شده بود. چند سال بعد، کسب‌وکار فعلی‌اش را راه انداخته و توسعه داده بود. در سال ۱۹۹۰ جیم متوجه شد باید اطمینان یابد که آیا منش اخلاقی و ارزش‌های کاربردی او در کسب‌وکار به مثابه جزیی از فرهنگ کاری‌اش قلمداد می‌شوند یا خیر؟

او می‌گوید: «به بنیادی کردن و تقویت این فرهنگ نیاز داشتیم، بنابراین تغییرات اساسی نیز الزامی بودند تا بتوانیم خط‌مشی‌های گذشته را که طی سالیان طولانی توسعه یافته‌اند، مورد بازبینی دقیق قرار دهیم؛ و مواردی مانند سیستم خریدوفروش، دستور پرداخت و بازرسی را از نظر کیفی، تحلیل و بررسی کنیم.» آن‌ها پس از مدتی، فعالیتی را شروع کردند که جیم آن را «پرورش افراد» نامید و درواقع هسته‌ی مرکزی تعهد به نیروی کار را توسعه بخشید. جیم در توضیح این عملکرد می‌گوید: «من به‌عنوان یکی از رؤسای سینووس هرگز نباید اجازه دهم رهبرانی با خصوصیات ناخوشایند اخلاقی مانند سلطه‌جویی و ریاست‌طلبی در سازمان فعالیت داشته باشند؛ بنابراین تصمیم گرفتم تا حد امکان، چنین افرادی را اصلاح کنم. البته فرد مورد نظر باید به اصلاح رفتار و اخلاق خود تمایل نشان دهد. اگر چنین تمایلی وجود نداشته باشد، هرگز کاری از پیش نمی‌رود، نتیجه‌ی دلخواه حاصل نمی‌شود و باید عذر آن‌ها را خواست.»

این شرکت‌ها همیشه محلی امن برای فعالیت خواهند بود، چراکه کارمندان مورد اذیت و آزار قرار نمی‌گیرند و در هر لحظه از فعالیت، متوجه

تغییرات رفتاری نخواهند شد. برای مثال: آیا می‌توانید درباره‌ی اخلاق درست با کارفرمای خود گفتگو کنید، در حالی‌که خودتان به آزار و اذیت دیگران عادت کرده‌اید؟! در اکثر ملاقات‌های عمومی می‌گویم: «وقتی به شما قول بدهم برای ضمانت، چکی سفیدامضا در اختیارتان قرار دهم، اگر بی‌محل باشد، دیگر دلیلی ندارد به حرف‌هایم اعتماد کنید.»

اگر قرار باشد فقط از یک قانون اخلاقی در شرکت بهره بگیریم، چیزی نیست جز قانون طلایی اخلاق، بنابراین اگر درست به آن عمل کنیم، به هیچ قانون اخلاقی دیگری نیاز نخواهیم داشت.

جیم بلانچارد

به گفته‌ی جیم، دست رهبران بدکردار و بدخواه، زودتر از حد تصور رو می‌شود. طی هشت سال اخیر، حدود دویست - سیصد نفر از آن‌ها از کار برکنار شدند، چراکه طی رسیدگی به امور مردم، قادر نبودند خود را با ضوابط و برخوردهای مناسب، محترمانه، تحسین‌برانگیز و قدرشناسانه وفق دهند. بنابراین، همه‌ی موفقیت‌های شرکت سینووس فقط با بهره‌گیری از قانون طلایی اخلاق، حاصل شده است. با استفاده‌ی درست از آن، به قانون نیازی نیست. برای اکثر افراد جامعه، قانون طلایی اخلاق به مثابه رویکردی فانتزی برای کسب‌وکار محسوب می‌شود. این موضوع حقیقت ندارد؛ در شرکت سینووس از غرور و تکبر خبری نیست و ارزش‌های اخلاقی خوب در حد انتظار مشتریان وجود دارد.

جیم در ادامه می‌گوید: «در سایت‌های اداری، جایی برای سستی و تنبلی، سطح متوسط یا پایین بودن، وجود ندارد. انتظارات مردم جامعه، بالا و در عین حال، رقابتی است، اما در مقابل کارمندان هم نباید رفتارمان را تغییر دهیم.»

وقتی درباره‌ی مزایای رویکرد قانون طلایی اخلاق در مقابل مردم از او پرسیدم، چنین گفت: «مزایای ملموس شامل بازده بیشتر، ادعای کمتر کمیسیون برای فرصت‌های شغلی، و از بین بردن موارد آزار و اذیت خواهد بود. مزایای ناملموس به این معناست که می‌توانید بهترین کارکنان‌تان را ترغیب کنید. با در پیش گرفتن این شیوه،مدیران جوان به کار کردن تمایل بیشتری خواهند داشت و افراد در محیطی عاری از فشار و موانع، پیشرفت می‌کنند. نتیجه‌ی آن، رسیدن به بهترین و بالاترین سطح رشد خواهد بود و کارکنان آن دائم پیشرفت می‌کنند گویا در مسابقه‌ی اتومبیل‌رانی شرکت کرده‌اند!»

همه در پی مسیری خاص هستند و مشاهده‌ی تلاش دیگران برای دستیابی به موفقیت برای آن‌ها الهام‌بخش خواهد بود. این پیروزی به همه تعلق دارد و قانون طلایی اخلاق هم برای کارمندان، و هم برای مشتریان و سرمایه‌گذاران خوب است.

به گفته‌ی مسئولان شرکت رابینسون هامفری، سهام شرکت سینووس طی بیست سال اخیر، دومین سهام سودآور بازار بورس نیویورک است. این یکی از بهترین آرزوهای فردی است. قانون طلایی اخلاق به‌طور واقعی کاربردی است. این قانون همان ۱۰۱ اصل اخلاق شغلی خواهد بود.

۳

قانون طلایی با خود شما شروع می‌شود

مدتی پیش در یکی از مؤسسات ملی حمایت از پدران، درباره‌ی مدیریت در خانواده سخنرانی کردم. این سخنرانی، توجه طرفداران زیادی را به خود جلب کرد. ازجمله نامه‌ای از دوستم زیگ زیگلار، مقاله‌نویس یکی از روزنامه‌های پرتیراژ به دستم رسید. همیشه از آگاهی او در زمینه‌ی رهبری اطلاعات مفیدی کسب می‌کنم. او در نامه‌اش این‌طور نوشته بود:

«به‌نظر من با توجه به تحقیقات انجام شده در مرکز پژوهشی توماس جفرسون، ظهور شخصیت‌های معتبر تاریخی در این کشور به معنویت رفتاری، اخلاقی و ذات مذهبی آن‌ها بر می‌گردد که در اکثر ارکان آموزشی آن دوران به چشم می‌خورد. با بروز تزلزل‌های اخلاقی و مذهبی از دهه‌ی ۱۹۵۰ به بعد دیگر نمی‌توان شخصیت‌های فاخر و مورد اطمینانی را یافت. جای تعجب است که همچنان کسانی مانند واشنگتن، مدیسون، جفرسون، هامیلتون، آدامز و ... که منتخب سه‌میلیون آمریکایی بودند در سال ۱۷۷۶روی کار آمدند. این پرسش پیش می‌آید که چرا در سال ۲۰۰۲ نتوانستیم کسی را در جایگاه مقایسه با آن مردان بااستعداد پیدا کنیم؟»

آموزش و تعلیمی که بر مبنای معنویت باشد، همانند آنچه زیگلار بدان اشاره کرد موجب توانایی فردی شده و به او اجازه می‌دهد که دست به

انتخاب‌های اخلاقی و معرفتی بزنند. از آن‌جایی‌که عده‌ی کمی به این قبیل آموزش‌ها دسترسی دارند، چگونه می‌توان راه رسیدن به صداقت را پیدا کرد؟ چگونه می‌توان از روشی درست، همانند قانون طلایی اخلاق در زندگی روزمره بهره برد؟ به‌نظر من، بهترین راه ورود به چنین مسیرهای درستی، یافتن خواسته‌های درونی تحت کنترل خودآگاهی‌های انسانی است.

دوست دارید با شما چگونه رفتار شود؟ به نظر من، مردم سراسر جهان ازحیث درونی، شبیه هم هستند. آن‌ها از هر جنس، نژاد، سن و قومی که باشند، دارای وجه مشترک هستند. وقتی کسی به وجوه مشترکِ دیگران پی می‌برد آن‌ها را ابتدا درون خود و سپس در دیگران می‌یابد. او درواقع به کلید گشایش قفل قانون طلایی اخلاق دست یافته است.

در ذیل، فهرستی مختصر از مواردی که همه می‌خواهند در رفتار دیگران نسبت به خود مشاهده کنند، آمده است:

۱. می‌خواهم دیگران برایم ارزش قایل شوند

آیا می‌دانید امروزه ۷۰ درصد افرادی که شغل خود را در بازارهای تجاری آمریکا از دست می‌دهند، کسانی هستند که احساس مفید بودن و ارزشمندی نمی‌کنند؟ علت آن، وجود کسانی است که برای پیشبرد کسب‌وکار خود، رفتاری نامناسب با کارمندان‌شان دارند. نمی‌توان کسی را یافت که خواستار ارزشمندی نباشد و از این‌که دیگران برای حضورش، احترام قایل نشوند، رنج نکشد.

امروزه ۷۰ درصد کسانی که شغل خود را رها می‌کنند، از جمله کسانی هستند که احساس مفید بودن نمی‌کنند.

آیا دلتان می‌خواهد دیگران شما را برای آنچه هستید، بپذیرند و با رفتارشان به شما نشان دهند که فردی مهم هستید؟ شرکت میشن کنترل، شرکتی موفق است که به دلیل ارج نهادن به کارمندانش به موفقیت رسیده است. این شرکت که در شهر ایرواین و در ایالت کالیفرنیا قرار دارد، در زمینه‌ی طراحی و اتصال دستگاه‌های خودکار تولید مواد غذایی و نوشابه فعالیت می‌کند. دوره‌ی فعالیت این شرکت در ضمیمه‌ی قراردادهایی‌ست که با کارمندانش می‌بندد و در فاصله‌ی میان عقد دو قرارداد، در این شرکت فعالیتی انجام نمی‌شود و درآمدی حاصل نمی‌گردد.

اکثر شرکت‌ها در دوره‌ی رکود به‌راحتی کارمندان را اخراج می‌کنند، در حالی‌که این موضوع درباره‌ی این شرکت صدق نمی‌کند. مدیران این شرکت، از بدو تأسیس آن، تصمیم گرفتند در مواقع بحرانی به جای بیکار کردن کارمندان، به سودآوری شرکت فکر نکنند و فعالیت شرکت را محدودتر کنند. مدیران آن، خواهان حفظ کارمندان شایسته و تثبیت ارزش‌های کاری و انسانی بودند تا بتوانند اهدافی ایده‌آل را برآورده کنند. تعهد آن‌ها در پایبندی به این تصمیم، همان سال اول و طی دوره‌ی هشت‌ماهه‌ی رکود، مورد ارزیابی قرار گرفت؛ زیرا طی این مدت، سودی عاید شرکت نشد. اما مدیران شرکت روی حرف خود ایستادند و آن دوران را بدون کسب سود سپری کردند و هنوز به تعهدی که داده‌اند پایبند هستند. هر بار که فروش محصولات شرکت کاهش می‌یابد، طبق مفاد مندرج در قرارداد کاری مدیران، پرداخت حقوق آن‌ها متوقف شده و حقوق

سایر کارکنان، بی‌کم‌وکاست پرداخت می‌شود. وقتی شرکت دوباره به سوددهی می‌رسد، مدیران حقوق معوقه‌شان را دریافت می‌کنند.

نلسون یکی از مدیران این شرکت می‌گوید: «این‌طور به نظر می‌رسد که بعضی شرکت‌ها تمایل دارند همه‌ی ثروت و درآمد خود را از نتیجه‌ی زحمات دیگران به دست آورند که این کار، انسانی نیست.» نلسون، وائوفی و یونگ، مدیران ارشد این شرکت هستند که به اهمیت ایجاد حس ارزشمندی واقف هستند و با کارمندان، همان رفتاری را دارند که دوست دارند دیگران با خودشان داشته باشند.

آیا تا به‌حال رفتار دیگران باعث شده که احساس بی‌ارزشی کنید؟ مانند وقتی که والدین‌تان تحقیرتان کرده‌اند؛ یا وقتی متوجه شده‌اید برخورد رییس‌تان با شما، در مقایسه با رفتاری که با سایر کارکنان دارد، سرد و بی‌تفاوت است؟ ممکن است گاهی هم کسی در مقابل دیگران، مسخره‌تان کرده باشد! اگر این‌طور است، باید از اهمیت ارزش قایل شدن برای دیگران، آگاهی کامل داشته باشید. تشویق و ترغیب، اکسیژن روان است. مورد عزت و احترام قرار گرفتن به‌خاطر آنچه هستیم یا آنچه انجام می‌دهیم، نیاز قلبی و درونی ما را برآورده می‌کند.

اساس قانون طلایی اخلاق، ارج نهادن به انسان‌هاست، البته نه به‌خاطر نوع فعالیت و اعمال‌شان؛ بلکه تنها به‌دلیل انسان بودن‌شان. هرگاه متوجه ایجاد این تفکر ژرف در خودتان شدید، بدانید که در برقراری قانون طلایی اخلاق به‌عنوان راهنمای اخلاقی در زندگی، گام بزرگی برداشته‌اید.

۲. می‌خواهم از من قدردانی شود

یکی از نیازهای واقعی هر کس، مورد علاقه‌ی دیگران قرار گرفتن و احساس ارزشمندی در نظر آن‌هاست. به موازات این میل درونی، مورد قدردانی قرار گرفتن، ازجمله رفتارهای دیگری است که انجام می‌دهیم. آیا دوست دارید پیشرفت کنید؟ آیا دلتان می‌خواهد برای توانمندی‌هایتان مورد قدردانی قرار بگیرید؟ آگاهی از توانایی‌های درونی و آنچه انجام می‌دهید، برای ایجاد اعتماد به‌نفس و حتی خودباوری واقعی، ضروری است.

لازم است بدانید افرادی که با شما یا برای شما کار می‌کنند، به درک چنین نیاز درونی احتیاج دارند، حتی اگر آن را ابراز نکنند. بنا بر گفته‌ی دونالد لایرد، کارشناس روابط انسانی، همیشه به دیگران هویت دهید و کمک کنید که احساس مهم بودن کنند. بالاترین تعریف و تمجید شما از کسی، این است که به او احساس مفید و مهم بودن دهید و او را از این حس درونی غنی کنید.

حال چگونه این نتیجه حاصل می‌شود؟ تنها با قدرشناسی و تشکر از تلاش دیگران می‌توان به نتایج والای انسانی رسید. بر شماست که در هر موقعیتی، از دیگران، سپاسگزاری‌کنید؛ تا حد امکان، بر میزان اعتبار و اهمیت‌شان بیفزایید و سعی کنید ارزش وجودی‌شان را نزد خانواده، نزدیکان و همکاران آن‌ها بالا ببرید. عدم توجه شما برای کسی که از روی لطف خم شده تا خودکارتان را از روی زمین بردارد سخت است، پس باید قدردان زحمات دیگران بود.

۳. می‌خواهم دیگران به من اعتماد کنند

جورج مک‌دونالد، نویسنده‌ی دوران ویکتوریا می‌گوید: «مورد اعتماد و اطمینان دیگران قرار گرفتن، بسیار باارزش‌تر و بزرگ‌تر از مورد علاقه بودن است. ادعای من این است که اعتماد، بنیاد همه‌ی روابط خوب و سالم است. برای مثال، ازدواج خوب، برقراری روابط شغلی و حتی دوستی خوب، نیازمند اعتماد خواهد بود. آیا هرگز متوجه شده‌اید که گاهی در روابطتان از اعتماد خبری نیست؟ و درمی‌یابید که رفتار فرد مقابلتان از روی صدق نبوده و رابطه‌تان زودگذر خواهد بود.»

شرکت منچستر که خدمات مشاوره‌ای ارایه می‌دهد درباره‌ی یافتن بهترین روش برای جلب اعتماد کارکنان، بر روی دویست شرکت، تحقیق کرده است. این تحقیق نشان داد افرادی در جلب اعتماد موفق هستند که تلاش می‌کنند...

- به خودباوری برسند؛
- به‌راحتی با دیگران رابطه برقرار کرده و برای آن‌ها ارزش وجودی قایل هستند؛
- برای کارمندان هم به اندازه‌ی سایر مدیران هم‌ردیف خود، ارزش و احترام قایل هستند؛
- روی اهداف گروه متمرکز می‌شوند و اهداف شخصی‌شان را برتر از اهداف دیگران نمی‌پندارند؛
- بر انجام درست کار، اصرار دارند، حتی اگر به ضررشان باشد؛
- روشنفکر هستند؛
- بخشنده هستند؛
- در برقراری صمیمیت می‌کوشند.

کسی که به شما اعتماد دارد، بهتر از کسی است که شما را دوست دارد.
جرج مک دونالد

وقتی از اعتماد دیگران به خود، مطمئن نیستید، بهتر است رفتارتان را با آن‌ها هماهنگ کنید؛ به آن‌ها بفهمانید با این‌که به شما اعتماد ندارند شما به آن‌ها اعتماد دارید. هِنری.ال‌استیمسون می‌گوید: «بزرگ‌ترین درسی که در زندگی آموختم، این است که با ایجاد اعتماد می‌توان حس اعتمادپذیری را به‌وجود آورد؛ و مطمئن‌ترین راه برای نشان دادن آن به دیگران این است که به آن‌ها اعتماد نکنید و این عدم اعتماد را به آن‌ها نشان دهید.»

وقتی به غریبه‌ای اعتماد می‌کنید، او و خودتان را به دست تقدیر سپرده‌اید و قانون طلایی اخلاق را اجرا کرده‌اید. طی تلاش برای اعتماد به دیگران، گفته‌های کامیلومنبودی را به خاطر آورید که می‌گوید: «اشتباهات افرادی که به دیگران اعتماد دارند، به‌مراتب کمتر از افرادی است که به مردم بی‌اعتماد هستند.»

۴. می‌خواهم به من احترام بگذارند

وقتی احساس می‌کنم به من اعتماد دارید، حس مسئولیت‌پذیری و قدرتم زیاد می‌شود، اما مورد عزت و احترام قرار گرفتن، حس عمیق‌تری را در من زنده می‌کند. حس بزرگی و منزلت، موجب افزایش سطح اعتماد به‌نفس می‌شود. دالیپ‌سینگ، ژنرال و قهرمان هندی المپیک می‌گوید: «کسی که برای خود و دیگران احترام قایل نباشد، حس افتخار درونی و انسان بودنش را از بین می‌برد.»

مدتی قبل، مقاله‌ی نویسنده‌ای جوان را خواندم که در ۲۳ سالگی در یک مرکز مذهبی معتبر به‌عنوان کارشناس منصوب شده بود. این موقعیت

جدید، کمی او را ترسانده بود؛ زیرا او به کسانی مشاوره‌ی مذهبی می‌داد که همگی از او مسن‌تر بودند.

داستان او برایم خیلی جذاب بود؛ زیرا من نیز در جوانی در چنین وضعیت شغلی قرار گرفته بودم. شاید می‌پرسید او چگونه توانست بر اوضاع شغلی‌اش غلبه کند؟ او تنها با احترام گذاشتن به دیگران و مورد احترام قرار گرفتن از طرف آن‌ها، توانست در حرفه‌اش موفق شود.

برای شفاف‌سازی ضوابط و معیارهای فردی خود برای دیگران، ده قانون ایجاد احترام وجود دارد و باید در زندگی فردی و اجتماعی اجرا شوند. این قوانین عبارتند از:

۱. اگر با من مشکلی دارید آن را محرمانه و فقط با خودم مطرح کنید.
۲. اگر با شما مشکلی دارم، آن را محرمانه و فقط با خود شما مطرح می‌کنم.
۳. اگر کسی با من مشکلی دارد که آن را با شما در میان گذاشت، او را نزد من بفرستید؛ من هم با شما چنین می‌کنم.
۴. اگر کسی برای ملاقات با من اصرار کرد، به او بگویید: «با هم به ملاقاتش می‌رویم، بدون تردید ما را با هم خواهد پذیرفت»؛ من نیز با شما چنین خواهم کرد.
۵. به حرف‌هایم دقت کنید؛ من هم به حرف‌هایتان دقت خواهم کرد. اگر موضوع خاصی برایتان روشن نیست، تلاش نکنید به تفسیر افکار و عواطفم بپردازید؛ ارایه‌ی تفسیر نادرست، کار ساده‌ای است.
۶. من هم قول می‌دهم در تفسیر نظرات‌تان دقت کنم.

۷. موضوعات محرمانه و گاهی شخصی‌ام را برای دیگران بازگو نکنید؛ اگر شما یا هر فرد دیگری محرمانه به من مراجعه کند، من نیز حرفی نمی‌زنم، مگر آن‌که عدم بازگو کردن آن، باعث آزار و اذیت جسمی یا روحی شما شود؛ من هم از شما همین انتظار را دارم.
۸. یادداشت و نامه‌های فاقد امضا و مهر را نمی‌خوانم.
۹. تحت تأثیر نظرات هیچ‌کس قرار نخواهم گرفت؛ قصد ندارم کسی را تحت تأثیر قرار دهم؛ به شما هم توصیه می‌کنم تحت تأثیر هیچ‌کس قرار نگیرید و اجازه ندهید از شما بخواهند من را تحت تأثیر قرار دهید.
۱۰. اگر دچار شک و تردید شده‌اید، آن را به زبان آورید. من هم تلاش می‌کنم برای هر سلب اعتمادی، پاسخگو باشم.

آرنولدگلاسو یکی از نویسندگان مشهور می‌گوید: «نگه داشتن عزت از هر تشویق گروهی، باارزش‌تر است.» همه‌ی افراد جامعه تمایل دارند مورد عزت و احترام رؤسای خود قرار بگیرند و به این وسیله بتوانند محیط کاری سالمی را برای خود و همکاران‌شان ایجاد نمایند. مایکل‌برمن، مدیرعامل یک شرکت مشاوره‌ای در بوستون، نمونه‌ی بارز این موضوع است. او برای هر یک از کارمندانش احترام زیادی قایل می‌شود چون اعتقاد دارد هر انسانی لایق احترام است. او با ده نفر از مشاوران زیردست خود، همچون کارمندان حرفه‌ای برخورد می‌کند. همین کارمندان به‌تدریجَ و طی چند سال، در زمینه‌ی خرید سهام به افرادی خبره تبدیل شده‌اند. او برای تک‌تک آن‌ها امکاناتی فراهم کرده تا بتوانند با استفاده از آن‌ها، به افراد باتجربه‌ای تبدیل شوند که نظیرشان به‌ندرت در شرکت‌های دیگر دیده می‌شود.

احترام قایل شدن برای دیگران، از هر تشویق گروهی باارزش‌تر است.
آرنولد گلاسکو

آن‌ها علاوه‌بر برخورداری از حق انتخاب درباره‌ی طرح‌هایشان می‌توانند حتی در تعطیلات، طرح‌هایی را ارایه دهند یا خودشان در انتخاب طرح‌ها پیشقدم باشند. برمن می‌گوید: «قضاوت من درباره‌ی کارمندانم بر اساس نوع خلاقیت آن‌هاست. این‌که کجا کار می‌کنند، هرگز برایم اهمیتی ندارد؛ حتی اگر در بدترین جای آفریقا باشند، خلاقیت‌شان برایم قابل احترام و مهم است». برای او مهم است که هر یک از مشاورانش حداقل سرانه‌ی درآمد سالانه‌ای حدود ۱۰۰هزار دلار داشته باشد. هر دلار به دست آمده، براساس فرمول زیر تقسیم می‌شود: ۳۰ درصد برای کسی که آن را کسب کرده، ۱۵ درصد برای فروشندگان، ۱۰ درصد برای مدیر فروش، ۵ درصد برای مالیات، ۲۰ درصد برای مخارج کلی و ۲۰ درصد برای سود شرکت در نظر گرفته می‌شود. با احترامی که برای کارمندان قایل می‌شود، احساس آزادی عمل و عزت‌نفس بیشتری در کارمندان حاصل می‌شود و برای اجرای بهترین توانایی‌های خود، ترغیب خواهند شد. سود دریافتی این عملکرد، نه‌تنها به شخص، بلکه به شرکت هم برمی‌گردد. به گفته‌ی جیمزهاول:«به انسان‌ها احترام بگذارید تا از آن‌ها احترام متقابل دریافت کنید.»

۵. می‌خواهم درکم کنید

نتیجه‌ی تحقیق گروهی از معلمان درباره‌ی رفتار ۲۰۰۰ کارفرما را مطالعه کردم. آن‌ها از کارفرمایان تقاضا کرده بودند، سه نفر از آخرین کسانی که از شرکت‌شان اخراج شده بودند را پیدا کنند و علت بیکاری آن‌ها را جویا شوند.

نتیجه‌ی تحقیق نشان داد که دو نفر از هر سه نفر به‌دلیل عدم توانایی در برقراری ارتباط با سایر کارمندان، شغل خود را از دست داده بودند.

اغلب مشکلات به‌دلیل بی‌توجهی یا حتی بی‌تفاوتی یک فرد حاصل می‌شود، اما بیشترین علت بروز آن‌ها، عدم درک متقابل است. مشکلات را به گردن کسی انداختن و امتناع از حل آن‌ها، با الگوهای شخصیتی و رفتاری ما سازگار نیست، در حالی که انجام این کار می‌تواند برای ما آسان باشد. با شناخت بیشتر، متوجه خواهیم شد که راه انتخابی افراد درست است، اما می‌تواند با نوع راه و روش رفتاری متفاوت باشد. گاهی اخلاق و رفتار دیگران برای ما پسندیده نیست، پس نوع واکنش ما با آن‌ها نیز متفاوت خواهد بود. حتی در بسیاری از نقاط جهان، کنترل شرایط از دست دیگران خارج می‌شود، بنابراین واکنش آن‌ها با نوع واکنش ما تحت شرایط ایجاد شده، متفاوت است.

زمانی‌که به کنترل شرایط کنونی می‌پردازیم، به‌راحتی می‌توانیم با آن‌ها رابطه‌ی احساسی یا حتی عاطفی برقرار کنیم که این نوع رابطه، همان درک متقابل است، بنابراین از هر فردی نمی‌توان انتظار داشت مانند ماشین کار کند؛ چراکه انسان‌ها مخلوقاتی احساساتی هستند. توصیه می‌کنم در ارتباط با دیگران، ابتدا دنبال درک آن‌ها باشید، سپس خودتان را به آن‌ها بفهمانید. از جمله ملزومات این رفتار، انعطاف‌پذیری و آموزش است. «هِنس کونگ» نظریه‌پرداز مشهور می‌گوید: «درک درست هر فرد، منجر بِه یادگیری از او می‌شود؛ و آموزش درست، رفتار افراد را تغییر می‌دهد.» درک دیگران به مفهوم همراهی آن‌ها و برقراری تماس در سطح تفکر خود آن‌هاست.

انجام این کار، مستلزم مسئولیت‌پذیری است و این‌که خودتان را مسئول برقراری ارتباط با آن‌ها بدانید.

در ارتباط با دیگران، ابتدا دنبال درک آن‌ها باشید، سپس خودتان را به آن‌ها بفهمانید.

جملات «چارلز کترینگ» مخترع بزرگ را فراموش نکنید که گفته: «فاصله‌ی میان دانستن و درک کردن، زیاد است، بنابراین می‌توانید درمورد بعضی مسائل، آگاهی زیادی داشته باشید، اما درک واقعی از آن نداشته باشید.» این موضوع درمورد همه صدق می‌کند.

۶. نمی‌خواهم هیچ‌کس از من سوءاستفاده کند

هرگز نمی‌خواهیم از ما سوءاستفاده شود. این موضوع یکی از مهم‌ترین عوامل ارتباط در رفتارهای اخلاقی است. در این میان، نیازی به برخورداری از موضوعات پیچیده‌ی فلسفی یا حتی مسائل ناخوشایند اخلاقی و رفتاری نیست. اگر مردم من را ابزاری برای سوءاستفاده تلقی کنند، به هر دلیل موجه، برای احوال درونی من فایده‌ای ندارد و احساس سرخوردگی می‌کنم.

در سال ۲۰۰۳ ماروین بوور درگذشت. او رهبر و مؤسس «مک‌کینزی و موسسه» بود که سال‌های طولانی در این مقام قرار داشت. به همین دلیل او را مشاور حرفه‌ای مدیریت می‌نامند. بوور در سال ۱۹۳۳ در شرکت مشاوره مشغول کار شد. در سال ۱۹۵۰ به‌عنوان رییس شعبات شرکت انتخاب شد و برای سال‌های متمادی در این مقام باقی ماند. بعد از آن، مدیر ارشد شرکت شد و تا سال ۱۹۹۲ به کارش ادامه داد و درنهایت بازنشسته شد. او از ابتدای شروع فعالیتش، توانست تأثیرگذار باشد و ذهنیت درستِ «حق تقدم با دیگران است» را به سایر همکارانش القا نماید. یکی از مسئولین شرکت می‌گوید: «او مرتب به فکر سود و زیان مشتریان بود و

مشارکت بیشتر را حق افراد بیشتری می‌دانست. او حتی به منافع کلی شرکت دقت می‌کرد تا چیزی منافی آن اتفاق نیفتد.»

بنا بر گفته‌های فوق، در سال ۱۹۵۰ همه‌ی عناصر مختلف در متقدم بودن مشتری مورد بحث قرار گرفت. در آن سال، میلیونری معروف به نام «هوارد هیوز» از بووِر درخواست کرد که شرکت فیلمسازی پارامونت را تاسیس کند. بووِر برای ملاقات با هیوز به لوس‌آنجلس رفت. هیوز پس از خوش‌آمدگویی و پذیرایی مفصل از بوور، او را به دیدن بزرگ‌ترین هواپیمای چوبی که خود، آن را ساخته بود، برد. اما بوور با توجه به مشکلات شرکت پارامونت و برخورد هیوز با کارمندانش، پیشنهاد وی را نپذیرفت؛ زیرا ارزش‌های انسانی، بیش از پول برایش ارزش داشت و هرگز نمی‌توانست از دیگران سوءِاستفاده کند. روش فکری و رفتاری بوور، همان قانون طلایی اخلاق است که راهنمای اوست .

برای بووِر، کسب‌وکار در شرکت هیوز کار سختی نبود. با این‌که هیوز میلیونری مشهور بود اما پول او برای بوور ارزش زیادی نداشت. نکته‌ی مهم این‌که دروغ گفتن و کلاه گذاشتن سر دیگران، درنهایت باعث می‌شود خودتان تحت فشار قرار بگیرید. سوءِاستفاده از دیگران، به‌معنای زرنگی نیست؛ چرا که درنهایت از ارزش‌های انسانی می‌کاهد و منجر به لطمه زدن خواهد شد. سوءِاستفاده و زیر پا گذاشتن ارزش‌های انسانی، باعث بروز ناهنجاری‌های اجتماعی می‌شود.

موضوع اصلی این است که اگر به همکارانتان دروغ بگویید یا برای کسب مزایای بیشتر، کلاه سرشان بگذارید، سرانجام خودتان لطمه می‌بینید و تحت فشار قرار می‌گیرید.

پیش به سوی مردم

بسیاری از شرکت‌های آمریکایی به این حقیقت رسیدند که با احترام گذاشتن به سایرین، تغییر رفتار و بهبود نحوه‌ی ارتباط با مشتریان، می‌توانند بیشتر پیشرفت کنند. مؤسسه‌ی مالی هوم‌بنس در آتلانتا، نمونه‌ی بارزی از پیاده کردن این قبیل تغییرات رفتاری است. این مؤسسه که بیش از یک‌هزار کارمند را استخدام کرده، پس از یک‌سال‌ونیم تحقیق و درج آگهی‌های تبلیغاتی در بسیاری از روزنامه‌های کثیرالانتشار، توانست به اهداف خود دست یابد.

پاتریک فلورد، رییس این مؤسسه می‌گوید: «ما می‌توانیم تفاسیر رفتاری و اخلاقی عمیقی را در مؤسسه احساس کنیم که در بخش مدیریت و شخصیت‌های حقوقی و دولتی، این تفسیر بیشتر احساس می‌شود. مدیران مؤسسه با اطمینان زیادی که به خودشان داشتند، تصور می‌کردند موفقیت مؤسسه مدیون آن‌هاست؛ در حالی‌که مردم، نقش اصلی را در موفقیت موسسه ایفا می‌کنند و بیشتر فعالیت‌های سنگین بر عهده‌ی آن‌هاست.» مؤسسه با پرداخت ۵۰ درصد سود، طی ۲ سال توانست کارمندان بیشتر، به‌ویژه دکتر دووایت را استخدام کند.

دکتر دووایت حدود ۲۸ سال با مردم کار کرده است. او با وجود مسئولیت فرهنگی که در سازمان داشته برای تمامی ضوابط و معیارهای اخلاق رهبری، احترام زیادی قایل است و نقش او، مناسب اوست؛ چراکه بر تعیین معیارهای رهبری و اجرای آن‌ها تسلط کامل دارد. شاید از خودتان بپرسید او چگونه توانست مؤسسه‌ی هوم‌بنس را به سمت احترام گذاشتن به کارمندان و برتر دانستن آن‌ها سوق دهد؟ پاسخ این سؤال، بسیار ساده

است. او دایم آن‌ها را تحت آموزش‌های رفتاری قرار می‌دهد؛ به این ترتیب که به آن‌ها یاد می‌دهد با دیگران همان‌طور رفتار کنند که دوست دارند با خودشان رفتار شود. او معتقد است اگر مردم بیاموزند که انتظار چه رفتارهایی را از دیگران دارند، به‌راحتی می‌توانند با دیگران، رفتاری درست، دوستانه، محترمانه و مملو از درک و اعتماد کامل داشته باشند.

۴

زندگی با اصل طلایی ۲۴ عیار

وقتی به برنامه‌های ورزشی دانشگاهی در آمریکا فکر می‌کنید چه چیزی به ذهن‌تان خطور می‌کند؟ آیا طرفداران، فارغ‌التحصیلان یا هوادارانی را مجسم می‌کنید که برای پیروزی تیم‌شان فریاد می‌زنند؟ آیا به یاد بازیکنانی می‌افتید که به کسب امتیاز فردی اهمیت می‌دهند تا این‌که به فکر تضعیف بازیکنان تیم مقابل باشند؟ آیا مربیانی را به یاد می‌آورید که همه‌ی فکر و ذهنشان درگیر رسیدن به مقام قهرمانی است؟ اگر چنین تصوراتی دارید، قبل از هر حرفی توصیه می‌کنم با مارک‌ریچ، مربی دانشگاه جورجیا آشنا شوید. ریچ در سال ۲۰۰۰ در دانشگاه جورجیا استخدام شد و انتظار داشت بتواند تأثیر مثبتی بر تیم آن بگذارد. او مانند سایر مربیان فوتبال آمریکا از تاریخچه‌ی حرفه‌ای موفقی برخوردار بود و در ۴۰ سالگی، ۱۵ سال سابقه‌ی کار مفید داشت. او هفت سال مدیر برنامه‌ی یکی از قهرمانان ملی دانشگاه ایالتی فلوریدا بود. او طی این مدت توانست مهاجمان این تیم را در ردیف پنج مقام برتر قرار دهد و این تیم را متحول کند. تیم او طی دو فصل متوالی، نه‌تنها دو مقام قهرمانی کسب کرد، بلکه بعد از بیست سال، به کسب مقام سوم قهرمانی نائل شد. مهم‌تر از همه‌ی این موارد، نحوه‌ی عملکرد اعضاء تیم و تمرکز ریچ بر قهرمانی تک‌تک آن‌ها بود.

آموزش متفاوت

بنا بر گفته‌ی ریچ «برای برخورداری از شخصیتی قوی و مثبت، علاوه بر داشتن پشتکار، باید موبه‌مو به دستورالعمل‌های مربی عمل کرد. همه‌ی بازیکنان، بااستعداد هستند اما افرادی که کمتر درگیر مشکلات آموزشی، اجتماعی و نظایر این‌ها هستند، بیشتر پیشرفت می‌کنند.» ریچ با هدف ارتقاء اخلاقی بازیکنان، برنامه‌هایی را برای تیم فوتبال طراحی کرد که در جورجیا چندان قابل قبول نبود. او هر هفته، کلاسی پانزده دقیقه‌ای به نام «مردان قوی در میان حصارها» تشکیل می‌داد (علت این نامگذاری به حصارهای اطراف محوطه‌ی ورزشگاه دانشگاه برمی‌گردد.) این برنامه توسط بابی لنکفورد، مربی پرورشی بازیکنان، در بازی‌های فصل قبل از آن، برای دانشجویان ترم اول به اجرا درآمده بود و به‌تدریج همه‌ی دانشجویان در آن شرکت کردند. این برنامه در هماهنگ کردن سایر برنامه‌های ورزشی دانشگاه جورجیا اهمیت زیادی داشت. وینس‌دالی، مدیر هماهنگی برنامه‌های ورزشی این دانشگاه، خواهان مشارکت همه‌ی ورزشکاران دانشگاه شد تا شاید روزی بتواند این برنامه را به عنوان واحد درسی، مطرح کند.

بازیکنان برای ریچ احترام زیادی قایل بودند، البته نه به‌این دلیل که مربی آن‌هاست بلکه چون او شخصیتی قوی و جالب داشت. این احترام و رابطه‌ی دوستانه در شروع فعالیت او و بازی در مقابل تیم آبورن به‌وجود آمد. او در پایان نیمه‌ی دوم این بازی، با انتخابی نامناسب، بازیکنی غیرحرفه‌ای را وارد زمین کرد که منجر به شکست تیمش شد. ریچ در

پایان بازی، گناه باخت را به عهده گرفت و از مسئولان و بازیکنان عذرخواهی کرد.

دیویدگرین، بازیکن دفاعی تیم می‌گوید: «من به عنوان بازیکن برای مربی‌ای که اشتباهش را می‌پذیرد، ارزش و احترام زیادی قایلم؛ زیرا قبول کردن این اشتباه، برای همه‌ی مربیان مشکل است.» ریچ برای نقش خود در قالب فردی که وظیفه دارد امتیازات باشگاهی دانشگاه را ارتقا دهد، ارزش چندانی قایل نیست، بلکه برای غنا بخشیدن به زندگی دیگران تلاش می‌کند. یک نویسنده‌ی ورزشی در گزارشی می‌گوید: «طی ۱۵ سال فعالیت ریچ، به‌سختی می‌توان کسی را پیدا کرد که با او در ارتباط کاری نبوده یا به‌واسطه‌ی رفت‌وآمد با او، به زندگی‌اش رونق نداده باشد. اگر بازیکنان او در آینده دچار اشتباه شوند؛ که به‌طور قطع می‌شوند؛ تصمیم‌گیری‌های ریچ براساس نوع شخصیت بازیکن خواهد بود.»

ریچ می‌گوید: «اگر بازیکنان فقط به‌خاطر رفتن به دانشگاه جورجیا به افرادی تحصیلکرده و مهم تبدیل شوند، برایم ترسناک خواهد بود، اما اگر به‌دلیل شرکت در برنامه‌های ما به همسر، شهروند، پدر یا انسانی باشخصیت تبدیل شوند، از هر قهرمانی یا نظر مثبت مردم درباره‌ی خودم، برایم ارزشمندتر است.»

بررسی تأثیر شخصیت

چند وقت پیش امکان ملاقات با مارک ریچ برایم فراهم شد و او مردی باشخصیت به‌نظرم آمد. بنا بر گفته‌ی او، زندگی‌اش به‌خاطر تمرکز بر روی خود و تاثیر رفتارش بر روی دیگران، بهبود یافته است. او به‌دلیل نوع برخوردش، به هر کاری که روی می‌آورد به موفقیت می‌انجامد. هدف

اصلی او کمک به دیگران و درواقع زندگی‌اش آکنده از قانون طلایی اخلاق است. به نظر من، تنها افرادی می‌توانند روی دیگران تأثیری مثبت بگذارند که دارای شخصیتی قوی و بااراده باشند. کلید زندگی اخلاقی، برخورداری از شخصیت انسانی‌ست.

- **شخصیت امری فراتر از پرحرفی است:** اغلب مردم درباره‌ی درستکاری و انسانیت صحبت می‌کنند، اما عمل کردن به آن نیازمند برخورداری از شخصیتی قوی است. دنیس کوزولوفسکی، مدیرعامل شرکت تایکو، همیشه درباره‌ی روش‌های درست کسب‌وکار و دوری از تجمل‌گرایی در شرکت‌ها حرف می‌زند. کسانی که از نزدیک او را ملاقات کرده و رفتارش را دیده‌اند، تفاوت میان حرف و عمل او را از نزدیک مشاهده کرده‌اند.
- **استعداد، خدادادی است:** مواردی در زندگی، انتخابی نیستند؛ مانند این‌که کجا متولد شده‌ایم، والدین‌مان چه کسانی هستند یا این‌که قدمان بلند است یا کوتاه؛ اما شخصیت، امری انتخابی است. موارد حساسی در زندگی وجود دارند که مجبور به انتخاب می‌شویم. درواقع، سرنوشت، رفتار و شخصیت‌مان را خودمان انتخاب می‌کنیم.
- **شخصیت، آخرین موفقیت پایدار برای فرد محسوب می‌شود:** ایجاد اعتماد در ارتباط با مردم، مهم بوده و با شخصیت ما شکل می‌گیرد. بسیاری از مربیان تحت تعلیم مارک‌ریچ، بازیکنان، اقوام و دوستان او به‌راحتی می‌توانند بنا بر نوع شخصیتش، به او اعتماد کنند.
- **رفتار افراد به‌دلیل نوع شخصیت‌شان ماندگار است:** به‌طور کلی، افراد به سه دسته تقسیم می‌شوند: شکست‌خورده، موفق زودگذر و

موفق ماندگار. بنابراین تنها راه موفقیت، برخورداری از شخصیت است. استعداد، ثروت، جذابیت ظاهری و هر امتیاز فیزیکی دیگر، منجر به رشد و گسترش شخصیت نخواهد شد.

انسان‌ها به سه گروه تقسیم می‌شوند: شکست خورده، موفق‌های زودگذر و موفق‌های ماندگار؛ تنها راه حفظ و نگهداری موفقیت، برخورداری از شخصیت است.

اگر تمایل دارید از زندگی توأم با شخصیت برای نمایش خصوصیات درست اخلاقی خود برخوردار باشید، باید مطابق راهنمای ذیل رفتار کنید. این راهنما به شما کمک می‌کند تا در ورود به قانون طلایی اخلاق هیچ مشکلی نداشته باشید:

۱. از قانون طلایی اخلاق به‌عنوان هدایتگر زندگی‌تان بهره ببرید.

فیلسوف سوییسی، هِنری‌فردریک می‌گوید: «اگر کسی خودش را به دست جریان طغیان‌گر زندگی بسپارد، هرگز نمی‌تواند برای رسیدن به سطوح بالاتر زندگی بکوشد؛ چراکه او به فردی بی‌عقیده تبدیل می‌شود و درمقابل، کسی که در نظر دیگران فردی پرتکاپو قلمداد شود، همین دیگران او را در مسیر زندگی‌اش حرکت می‌دهند؛ و او همچون جسمی جامد خواهد بود. درواقع، او فرکانس‌های پژواک صداست و خودش صدایی ندارد.»

هیچ‌کس دوست ندارد مانند سایه باشد و کسی او را نبیند. آدمی نباید سرنوشت و تقدیرش را به دست دیگران بسپارد. اگر دوست دارید از زندگی سرشار از معنی و هیجان برخوردار باشید، راهی جز انتخاب اصول و قوانین درست اخلاقی و رفتاری نخواهید داشت. کاربرد قانون طلایی اخلاق در زندگی آسان بوده و کافیست از خودتان بپرسید که «در چنین موقعیتی

دوست دارید با شما چگونه رفتار شـود؟» چنـین سـؤالی را بایـد بـه‌عنـوان راهنمای کامل و تأثیرگذار وضعیت‌های گونـاگون زنـدگی، محـسوب کـرد. شما هر جا که هستید، از اتاق کار گرفته تا ورزشگاه، کلاس درس یا حتـی اتاق نشیمن منزل‌تان، می‌توانید از این قانون بهره ببرید. این قـانون بـرای هر فردی در هر جایگاه شغلی از کارمندان و کارفرمایان گرفته تا خـانواده و دوستان کاربرد خواهد داشت. بنابراین، شما چه در شغل نقشه‌کشی راه‌هـا و جاده‌ها باشید، چه از ثروت پانصد شرکت فورچون برخوردار باشـید، بـا ایـن حال می‌توانید خود را با این قانون وفق دهید و به کسی اجازه‌ی تعرض بـه خودتـان را ندهیـد. بـه گفتـه‌ی هِنـری‌فـورد «هـر گـاه از اصـول معنـایی زندگی‌مان مطلع باشیم و بدانیم در چه زمانی باید از آن‌هـا اسـتفاده کنـیم، به‌درستی از قانون طلایی اخلاق بهره برده‌ایم.» اگر به درست بودن قـانون طلایی زندگی‌تان واقف هستید، به‌راحتی می‌توانید از آن به‌عنوان راهنمـای کامل زندگی‌تان استفاده کنید. در رویارویی با دوراهی اخلاقـی، از خودتـان بپرسید: در موقعیت مشابه، از دیگران توقع چـه رفتـار یـا واکنـشی را دارم؟ گفته‌های جورج الیوت، نویسنده‌ی قرن نوزدهم را به‌یاد بیاورید که می‌گوید: «آدمی باید درستکار باشد و هرگز از اعمـال درسـتی کـه انجـام مـی‌دهـد، شرمنده نشود، بنابراین برای اتخاذ تصمیمی که اعتقاد دارید درسـت اسـت، اصرار کنید و درباره‌ی آن وفادار باشید. »

همیشه در مواجهه با دوراهی اخلاقی، از خودتان بپرسید: در چنین موقعیتی چه انتظاری از دیگران دارم؟

---

۲. تصمیمتان را برحسب اصول بنیادی این راهنما اتخاذ کنید.

مردم امروزی، چند تصمیم کلیدی می‌گیرند و فقط آن‌ها را در زندگی روزمره‌شان به کار می‌برند. وقتی تصمیم می‌گیرید از قانون طلایی اخلاق به‌عنوان راهنمای کامل زندگی‌تان بهره ببرید، باید درباره‌ی بعضی از تصمیم‌هایتان تجدیدنظر کنید.

قانون طلایی اخلاق چگونه می‌تواند اهداف‌تان را کنترل کند؟ آیا با خانواده‌تان رفتاری متفاوت دارید؟ آیا با استفاده از قانون طلایی باید خطوط شغلی‌تان را تغییر دهید؟ یکی از بزرگان می‌گوید: «آگاهی از درستی یک عملکرد و عدم انجام آن، بدترین رفتار بوده و ویژگی افراد ترسو است؛ چراکه اخذ تصمیم‌های بزرگ، به شجاعت بیشتری نیاز دارد.»

انجام عمل درستی که باعث رنجش دیگران شود، کار ساده‌ای نیست؛ اما نتیجه‌ی آن بزرگ و تأثیرگذار است. هوراس‌مَن، رییس سابق کالج آنتی‌اوچ می‌گوید: «حرف زدن درباره‌ی نتیجه‌ی نشاط‌آور قانون طلایی برای کسی که نتوانسته از اصول آن پیروی کند، بی‌تأثیر است. حرف زدن در این‌باره با کسی که قادر نیست امروز را فدای فردایی بهتر کند، همچون توصیف رنگی خاص برای فرد نابیناست.»

وقتی قانون طلایی اخلاق را به‌سمت زندگی‌تان می‌کشید و براساس آن تصمیم می‌گیرید، باید این موارد را به خاطر بسپارید:

- **تصمیم‌ها، تعیین‌کننده‌ی اخلاق هستند؛ نه شرایط:** شخصیت‌های اخلاقی ضعیف، هرگز نمی‌توانند به تصمیم‌گیری‌های خود اطمینان داشته باشند و هر چه کنند درنهایت منجر به ملامت آن‌ها در شرایط مختلف خواهد شد؛ اما کسانی که شخصیت اخلاقی برجسته دارند

علیرغم قرار گرفتن در شرایط گوناگون، می‌توانند تصمیم درست بگیرند، بنابراین به‌راحتی می‌توانند اوضاع بهتری را برای خود رقم بزنند.

- **تأثیر تصمیم‌گیری‌های اشتباه باقی می‌ماند:** تصمیم‌گیری اشتباه، تأثیری نامطلوب به‌جای می‌گذارد حتی اگر آن را به‌سرعت تشخیص دهیم. به یاد دارم همسرم مارگریت، به‌نقل از مادربزرگش، داستان پدری را برایم تعریف کرد که قصد داشت عواقب تصمیم‌گیری‌نادرست را به فرزندش یادآوری کند. هر بار پسرش تصمیمی نادرست می‌گرفت، باید میخی روی دیوار می‌کوبید و با هر تصمیم درست، باید میخی را از دیوار بیرون می‌آورد. پس از مدتی طولانی و کوبیدن و بیرون آوردن میخ‌های متعدد، روزی متوجه شد با این‌که هیچ میخی روی دیوار نیست اما دیوار پر از جای میخ‌هایی است که کوبیده و درآورده است.
- **کسانی که درگیر تصمیم‌گیری هستند، با فشارهای زیادی مواجه می‌شوند:** وقتی کسی به‌تنهایی تصمیم اخلاقی می‌گیرد، فشارهای خاصی را تحمل می‌کند، چون ممکن است تصور کند نتایج تصمیمش هرگز نمایان نخواهند شد. درمقابل، تصمیم‌گیری در جمع به‌دلیل دخالت دیگران، فشار زیادی به فرد وارد می‌کند، بنابراین بدون توجه به میزان فشارها، هرگز به دیگران اجازه ندهید شما را مجبور به تصمیم‌گیری‌های غیراخلاقی کنند.
- **سکون هم، نوعی تصمیم‌گیری است:** واکنش برخی افراد نسبت به تصمیم‌های اخلاقی، امتناع از انجام هر عملی است. نکته‌ی مهم این است که گاهی سکون، نوعی تصمیم‌گیری محسوب می‌شود. افرادی مانند سینتیا کوپر که تصمیم گرفت درباره‌ی محاسبات مالی مشکوک مدیران شرکت وردکام افشاگری کند، کم نیستند؛ درحالی‌که عده‌ی

دیگری نسبت به عدم رعایت اصول اخلاقی توسط دیگران، سکوت می‌کنند.

برای برخورداری از اصول اخلاقی درست باید در سخت‌ترین تصمیم‌گیری‌ها نیز به اصول انسان‌دوستانه پایبند باشیم. به گفته‌ی ادوارد آر.لیمن: «اصول اخلاقی، به‌ویژه اخلاق معنوی، هرگز مانند بادنما با وزش هر بادی به این‌سو و آن‌سو حرکت نمی‌کنند. اصول اخلاق معنوی، همچون کوه، استوار هستند؛ این اصلی است که در شغل و حتی سر کلاس درس باید آن را رعایت کرد؛ زیرا بسیار حایز اهمیت است.»

۳. تصمیم‌های خودتان را بر اساس راهنمای اصول اخلاقی مدیریت کنید.

کارول‌بلک، مدیر برنامه‌های تلویزیونی لایف‌تایم در بهار سال ۲۰۰۲ مجبور شد تصمیم مهمی بگیرد. این شرکت اجرای برنامه‌ی مبارزه‌ی انتخاباتی با عنوان «توقف خشونت علیه زنان» را به عهده گرفت. قبل از این تعهد، شرکت قصد داشت در راستای حمایت از برنامه‌های عادی، فعالیت کند. مسئولان شرکت پس از ارزیابی‌های متعدد، دریافتند که ممکن است اجرای این برنامه صدماتی را به آن‌ها تحمیل کند. بلک یا باید برنامه را تغییر می‌داد یا این که به تعهدش عمل می‌کرد. او هرگز در این‌باره دچار تردید نشد و گفت: «به مسئولان و مدیران ارشد هشدار می‌دهم در انجام تعهد خود ثابت‌قدم باشند، هرچند ممکن است با آسیب‌هایی روبه‌رو شویم.»

در ادامه بلک می‌گوید: «همان‌طور پیش رفت که مادربزرگم به من یاد داده بود. او به من آموخته بود اگر کار درستی انجام دهی، پاداش آن را

می‌گیری.» اکثر مواقع تصمیم‌گیری‌های درست اخلاقی به همین آسانی است.

برای برخی از مردم، تصمیم‌گیری‌های ناخوشایند، مانند ارتکاب جرم و جنایت، کار چندان سختی نیست. عده‌ی کمی وسوسه می‌شوند دست به سرقت خودرو یا دزدی از منازل بزنند. کنترل امور کوچک، سخت‌تر است. ضرب‌المثلی قدیمی می‌گوید: «خدا بیشتر در جزییات تجلی می‌کند» بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تجلی اخلاق هم در جزییات است.

طی نوشتن این کتاب، با یکی از دوستانم به نام کن‌بلانچارد صحبت کردم. او و نورمن وینسنت در یکی از کتاب‌هایشان تحت عنوان «قدرت مدیریت اخلاقی» درباره‌ی تصمیم اخلاقی، سه سؤال کلیدی مطرح کرده‌اند که شامل:

- آیا فردی قانونی هستید؟
- آیا فردی متعادل و منطقی هستید؟
- چه احساسی نسبت به «خودتان» دارید؟

برای دوستم کن احترام زیادی قایلم؛ او با تعریف کردن خاطراتی، اهمیت تصمیم‌گیری براساس قوانین طلایی را برای من آشکار کرد. به‌خاطر دارم یکی از کارمندان شرکت کن اطلاع داد که برنامه‌ی پروازهای او دچار مشکلاتی شده است. کن پرسید: چه اتفاقی افتاده است؟ تو با یکی از مشتریانمان در شیکاگو ماه پیش صحبت کرده‌ای، ولی برای کار دیگری دوباره به شیکاگو سفر کرده‌ای. وقتی آن‌ها قرارداد را امضا کردند، موافقت کردند که پول بلیط رفت و برگشت را

پرداخت کنند. آیا من الان می‌توانم از این مشتری پول دریافت کنم؟ در این شرایط چه اقدامی انجام می‌دهی؟ آیا درخواست می‌کنی که کل هزینه‌ی رفت و برگشت را از مشتری بگیری، فقط چون او توافق کرده که این هزینه را پرداخت کند؟

کن تصمیم گرفت با مشتریان طوری رفتار کند که تمایل داشت با خود او رفتار شود، بنابراین هزینه‌ی رفت‌وبرگشت را به حساب مشتری اول واریز کرد. اگر تمایل دارید اطمینان دیگران را جلب کنید باید رفتارتان برای او قابل پیش‌بینی باشد. وقتی زندگی و تصمیم‌های هرچند کوچکتان، براساس راهنمای کامل (قانون طلایی) باشد، به‌راحتی می‌توانید امور را مدیریت کنید و از حیث اخلاقی و رفتاری برای دیگران قابل پیش‌بینی باشید؛ بنابراین مردم به شما اعتماد خواهند کرد؛ زیرا می‌دانند شما همواره در مسیر درست گام برمی‌دارید.

وقتی زندگی و تصمیم‌های هرچند کوچکتان، براساس راهنمای کامل (قانون طلایی) باشد، به‌راحتی می‌توانید امور را مدیریت کنید و از حیث اخلاقی و رفتاری برای دیگران قابل پیش‌بینی باشید؛ بنابراین مردم به شما اعتماد خواهند کرد؛ زیرا می‌دانند شما همواره در مسیر درست گام برمی‌دارید.

---

۴. از دیگران بخواهید رفتارتان را براساس مسئولیتی که دارید، زیر نظر بگیرند.

آیا تا به حال برایتان اتفاق افتاده که حین انجام وظیفه، متوجه نگاه‌های دیگران شوید که دورادور شما را کنترل می‌کنند؟ اگر چنین بوده، مطمئن هستم از این حس، خوشتان نیامده است. در حالی‌که موضوع نگاه‌های

پنهانی، عمومیت دارد؛ ناراحت‌کننده‌تر از آن، زمانی است که برای اطمینان از مسئولیت‌پذیری‌تان، تحت مراقبت و کنترل دیگران قرار بگیرید. توصیه می‌کنم برای مأنوس شدن با قانون طلایی اخلاق، از مردم بخواهید شما را زیر نظر بگیرند، چون هیچ چیز مانند بازخواست، آدمی را صادق نگه نمی‌دارد.

می‌دانم یادآوری کمبودهای اخلاقی و رفتاری، ناراحت‌کننده است و دوست نداریم دیگران از آن‌ها مطلع شوند. با این که سخت است، اما همه‌ی ما برای رشد بیشتر، به نمایش اعمال‌مان در برابر چشمان دیگران نیاز داریم. درستی، اساس زندگی فردی است و مورد بازخواست قرار گرفتن به‌عنوان پایه‌ی زندگی مبتنی بر معیارهای ارزشمند محسوب می‌شود. این پایبندی، برای ما شخصیتی کامل به ارمغان می‌آورد.

در نیروی دریایی یکی از کشورهای پیشرفته، همه‌ی افسران توسط مقامات ارشد بازخواست می‌شوند. یکی از افسران اسبق نیروی دریایی به نام کاپیتان مایک‌آبراشوف، نویسنده‌ی کتاب «این کشتی متعلق به شماست» که می‌گوید که برای او کنترل معیارهای فردی توسط مقامات از هر مورد دیگری مهم‌تر بوده است؛ چراکه توانسته به‌واسطه‌ی خدمتی که انجام داده، ارتقا یابد. طی خدمت، خود را با آزمون‌های یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار می‌سنجیده است. او در این‌باره می‌گوید: «هرگز خواهان انجام کاری نیستم که افتخاری در آن نباشد.» این نظریه‌ی او برایم بسیار جالب است!

تجارت در قانون طلایی اخلاق

با مطالعه‌ی زندگی شخصیت‌های تاریخی بزرگ، می‌توان دریافت که عیار طلای زندگی هر یک از آن‌ها ۲۴ بوده است. یکی از داستان‌های مورد علاقه‌ام، داستان زندگی جی.سی.پنی، بنیانگذار یکی از بزرگترین فروشگاه‌های زنجیره‌ای است. پدر او کشاورز بود و او در میسوری متولد و بزرگ شده است. پدرش در آغاز کودکیِ او، روی رشد شخصیتی‌اش کار کرد و تجارت، اعتماد، عزت‌نفس و زندگی بر پایه‌ی قانون طلایی اخلاق را به او آموزش داد. طی بررسی شخصیت پنی، دریافتیم که در هشت‌سالگی، مجبور شد برای تهیه‌ی لباس‌هایش کار کند. پس از کار و تلاش فراوان برای امرار معاش، با زحمت زیادی دو دلارونیم پس‌انداز کرد و با این پول، یک حیوان اهلی خرید. سپس با انجام فعالیت‌های روزمره برای همسایگان، توانست غذای حیوان را تهیه، و آن را پروار کند. سپس با فروش آن در فصل کشتار، پول زیادی به‌دست آورد. همین پول قابل‌ملاحظه، او را تشویق کرد حیوانات بیشتری بخرد و برای خوراک آن‌ها از ذرت مازادی که کشاورزان بعد از جمع‌آوری محصول در مزرعه جا می‌گذاشتند، استفاده کرد.

حیوانات اهلی او بزرگ شدند و پنی سود قابل‌توجهی، در فصل کشتار کسب کرد. روزی پدرش او را مجبور کرد به‌دلیل شکایت همسایگان از بوی نامطبوع محل نگهداری حیوانات، آن‌ها را بفروشد. بعدها پنی درباره‌ی این موضوع گفت: «فصل چندان خوبی برای فروش نبود، اما رابطه‌ی پدرم با همسایگان، براساس قانون طلایی اخلاق، و اعتماد برای او مهم بود.» بنابراین پنی در بزرگسالی، متوجه استعدادش در تجارت شد و به این کار ادامه داد.

با این‌که پدرش او را تشویق می‌کرد درستکار باشد و شخصیتش را حفظ کند، او را به یافتن اولین حرفه‌اش در فروشگاه مواد غذایی در شهر همیلتون ایالت مسیوری هدایت کرد. پنی در این مرحله، مهارت بیشتری در دادوستد کسب کرد. او در طول فعالیت در فروشگاه‌های مختلف، با مردم طوری رفتار می‌کرد که دلش می‌خواست با خودش رفتار کنند. در فروشگاهی مشغول به کار بود و هنگامی که متوجه شد قیمت کالایی، غیرواقعی است و مدیر فروشگاه با سوءاستفاده از ناآگاهی مشتریان، قصد دارد به سود بیشتری برسد بدون تعلل استعفا داد. با فروشگاه دیگری برای کار به توافق رسید و همان‌جا مشغول شد. به‌قدری در انجام وظایفش درستکار بود که پیشنهاد شراکت در شعبه‌ی جدید فروشگاه را به او دادند. وقتی در سال ۱۹۰۷ صاحبان اصلی فروشگاه تصمیم گرفتند استعفا بدهند، پنی سهام آن‌ها را خرید.

آن زمان پنی قصد داشت فروشگاه‌های زنجیره‌ای را در غرب آمریکا تأسیس کند. فعالیت او بر پایه‌ی یافتن افرادی مورد اعتماد و باوجدان بود تا راه و روش امرار معاش درست را به آن‌ها یاد بدهد. هرگاه آن‌ها در مدیریت خود به موفقیت چشمگیری می‌رسیدند و افراد مناسبی را برای کسب‌وکار استخدام می‌کردند، به‌راحتی می‌توانستند مانند پنی، پیشنهاد شراکت در فروشگاه جدیدی را دریافت کنند.

پنی به اولین مدیری که آموزش داده بود، گفت: «به‌عقیده‌ی من، اگر بتوانم نیروی کار مناسب و مورد اعتماد پیدا کنم و راه درست کسب‌وکار را به آن‌ها بیاموزم، همه می‌توانند به معنای واقعی در شراکت توانمند باشند.»

او اولین فروشگاه زنجیره‌ای را با توجه به اصول کسب‌وکار خود، فروشگاه قانون طلایی نامگذاری کرد. پنی در این‌باره می‌گوید: «قصد

داشتم با تأسیس فروشگاه زنجیره‌ای با نام قانون طلایی بتوانم روابط کاری‌ام را گسترش دهم و با اصولی حقیقی که به آن‌ها اعتقاد دارم، صداقت و وظیفه‌شناسی را به دیگران خاطرنشان کنم. اصولی که جزء وجود واقعی‌ام هستند و با آن‌ها بزرگ شده‌ام. این نامگذاری بیش از هر تجارتی برایم ارزش دارد.»

هرچند پنی نام فروشگاه‌های زنجیره‌ای خود را به دلیل توسعه‌ی فرایندهای کاری آن‌ها تغییر داد، اما هرگز از قانون طلایی در زندگی فردی و کاری‌اش دست نکشید؛ چراکه شراکت برای او بیش از سود آن اهمیت داشت. او اصولش را به این‌صورت خلاصه کرد که «اهمیت و ارزش پول، تنها درجهت آموزش انسان‌هایی است که می‌خواهند شریک سهام شرکت شوند.» پنی طی سال‌های متمادی، برای پرورش کارکنانی درستکار فعالیت کرد.

او فعالیت حرفه‌ای و تجارتش را به یکی از شرکایی که از ابتدا با او همکار بود، واگذار کرد. پنی درواقع از زندگی طلایی با عیار ۲۴ برخوردار بود؛ زیرا با همه‌ی مردم با عزت و احترام رفتار کرد. طی ۹۵ سال عمر خود، رعایت این قانون برایش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بود و توانست بهترین عملکرد تجاری را خلق کند.

یک ضرب‌المثل قدیمی می‌گوید: «اگر تحت فشار کار و زندگی قرار بگیرید، به انسانی آزاده تبدیل می‌شوید.» به نظر من این ضرب‌المثل درست و بجاست و می‌دانم که یک روزه نمی‌توان به زندگی طلایی با عیار ۲۴ رسید.

پنی مردی خوشبخت بود. پدر و مادرش او را از زمان تولد بر پایه‌ی قانون طلایی اخلاق بزرگ کردند و در تمام عمرش، بر همان قانون باقی

ماند. اگر شما هم تحت چنین آموزشی قـرار بگیریـد، مـی‌توانیـد فرزنـدانی درخور افتخار همچون پنی پرورش دهید که باعث رضایت جامعـه و مـردم شوند و اگر از چنین آموزشی بهره برده‌اید، باید از والدینتان قـدردانی کنیـد؛ اگر هم نه، لازم است بدانید هنوز دیر نشده و بـرای خـوب بـودن و خـوب ماندن، همیشه وقت هست.

توماس‌ادیگتون یکی از ویراستاران مجله‌ی وُرک‌لایف می‌گوید: «هرگز نمی‌توان در سمینار آخر هفته و در اوضاع و شـرایط جـدی، بـه پـرورش و خلق شخصیت انسان‌دوستانه پرداخت. این انتظار امـری غیـرممکن اسـت. حتی نمی‌توان با یک هفته آموزش، به فضانورد یا ماهیگیری مـاهر تبـدیل شد.» بنابراین از امروز شـروع کنیـد. قـانون طلایـی اخـلاق را سـرلوحه‌ی زندگی‌تان قرار دهید تا همه آن را به عنوان راهنمای کامـل بپذیرنـد و بـر اساس آن تصمیم بگیرند. آن‌گاه شما و مردم، توانایی برخورداری از زنـدگی طلایی با عیار ۲۴ را خواهید داشت.

۵

پنج عاملی که می‌توانند قانون طلایی را مخدوش کنند

اگر به یاد داشته باشید، در فصل چهار در مورد مارک‌ریچ صحبت کردیم که با اهتمام ورزیدن به پرورش شخصیت بازیکنان، توانست تیم جورجیا را به پیروزی برساند. ناگفته نماند گاهی تعلیمات اخلاقی، سرانجام خوشی ندارند. چنین موقعیتی برای مایک اسلاتر، مربی فوتبال دبیرستان مارکت در آلتون ایلینویز حاصل شد. او در بازی‌های فصلی سال ۲۰۰۲ توانست یک تیم فوق‌العاده را در اختیار بگیرد و این تیم با کسب امتیاز ده بر هیچ، برای اولین بار قهرمان شد.

موقعیت حرفه‌ای اسلاتر می‌توانست آرزوی بسیاری از مربیان فوتبال مدارس باشد، اما همه‌ی محاسبات او به دلیل رانندگی بازیکنانش قبل از سن قانونی به هم ریخت. همه‌ی بازیکنان و همچنین پسرش با ارتکاب این جرم، دستگیر و بازداشت شدند. او به‌عنوان مربی باید این ماجرا را از قبل پیش‌بینی می‌کرد و به بازیکنانش اخطار می‌داد که در صورت ارتکاب چنین جرایمی از تیم اخراج خواهند شد. او این قبیل اخطارها را در برنامه‌ی آموزشی‌اش نگنجانده بود و در این موقعیت نامطلوب، لازم بود تصمیمی اساسی بگیرد. تصمیم اساسی اسلاتر، اخراج همه‌ی بازیکنان تیم بود. او در این باره گفت: «آن‌ها قانون را زیر پا گذاشته‌اند و باید پاسخگو

باشند.» وقتی پسرش از بازداشتگاه آزاد شد، اسلاتر به او گفت: «پسرم! کار درستی انجام ندادی، با این‌که خیلی دوستت دارم، اما باید از این اتفاق درس بگیری.» این تجربه، برای بازیکنان اخراج شده، بسیار سخت بود. آن‌ها مجبور بودند روی نیمکت‌ها بنشینند و با شرمندگی، همبازی‌های خود را تشویق کنند. وقتی بازیکنان درجه دو و سه این تیم، در یکی از مسابقات شرکت کردند نه‌تنها باعث سربلندی مربی نشدند، بلکه با امتیاز ۶۳ بر صفر، بازی را باختند. اسلاتر هرگز در این باره احساس پشیمانی نکرد و به اعضاء اصلی تیم، اجازه‌ی بازی نداد. سال‌ها از تمرین‌ها و برد و باخت‌های تیم اسلاتر گذشت تا این‌که روزی به او خبر دادند، اعضاء سابق تیمش به‌دلیل بی‌احتیاطی در حادثه‌ی رانندگی کشته شده‌اند. با شنیدن این خبر اطمینان یافت که تصمیم درستی گرفته و گفت: «شنیدن این خبر غم‌انگیز برایم ناراحت‌کننده است، اما ثابت کرد که آن‌زمان تصمیم درستی گرفتم.»

تخریب زیربنای قانون طلایی

همه‌ی ما می‌دانیم که امروزه افراد درستکار مورد توجه سایرین قرار می‌گیرند. آیا می‌دانید چرا؟ چون آن‌ها دایم از قانون طلایی پیروی می‌کنند و حتی در موقعیت‌های ناخوشایند هم تابع آن هستند.

اگر واقع‌بین باشیم، متوجه می‌شویم که موارد وسوسه‌انگیز برای زیر پاگذاشتن قوانین اخلاقی زیاد هستند. متأسفانه طی سی‌وسه‌سال ارتباط کاری مستقیم با مردم، شاهد رفتارهایی بوده‌ام که با هدف رسیدن به ضوابط و معیارهای فردی انجام شده‌اند. باید متذکر شوم که طی این مدت با اقشار مختلف مردم در قالب گروه‌های اجتماعی یا اقتصادی در بیش از

چندین کشور مختلف، به این باور رسیدم که این موارد در پنج مورد خلاصه می‌شوند.

۱. فشار

امروزه بسیاری از جرایم اخلاقی در شرکت‌های آمریکایی، به‌علت «استفاده از منابع، بدون تأیید رسمی» رخ می‌دهند. مدیران ارشد شرکت‌ها برای بهتر جلوه دادن فعالیت‌های شرکت چنین اقداماتی را انجام می‌دهند.

در شرکت اِنرون، اتفاقی افتاد که این واقعیت را به اثبات می‌رساند. وکیل این شرکت، سینتیا هارکنس توسط مدیر امور مالی، اندرو فستا برای کار در شرکت معرفی شد. روزی سینتیا به اندرو گفت: «اندی! اگر قرار باشد، کل درآمد یک قرارداد ده‌ساله را طی یک سال خرج کنی، در طول سال‌های باقیمانده (سال‌های چهار، پنج، شش تا دهم) باید مرتب به‌فکر عقد قراردادهای جدید باشی... اگر بازار جهانی به همین منوال پیش برود، چه اقداماتی می‌خواهی انجام دهی؟ آیا قراردادهای جدیدی منعقد می‌کنی؟» اندرو پاسخ داد: «بله و باید هر سال به عقد تعدادی از قراردادهای جدید اقدام کنم.» بنابراین، اندرو با عقد قراردادهای جدید، تحت فشار کاری زیادی قرار گرفت و این روش کار باعث ورشکستگی شرکت انرون شد.

لیندا تروینو، استاد رفتارشناسی سازمانی اسمیل کالج و مدیر بخش اداری دانشگاه ایالتی پنسیلوانیا می‌گوید: «شکاف‌های اخلاقی و رفتاری درنتیجه‌ی فشار مدیریت بر روی فرهنگ سازمانی ایجاد می‌شوند. وقتی رضایتمندی وجود ندارد؛ انتظارات برآورده نمی‌شوند؛ پیش‌بینی‌های دقیق مالی، درست از آب درنمی‌آیند این فشار دامنگیر شرکت می‌شود و درنتیجه،

برای رسیدن به موفقیت، مقررات و قوانین، نادیده گرفته می‌شوند.» در فرهنگ سرعت که امروزه به اوج خود رسیده، هر فردی به نحو خاصی تحت فشار است. این فشار منجر به بروز وسوسه‌ی انحراف از مسیر اخلاقی می‌شود، مِدیران ارشد شرکت‌ها در تلاش برای افزایش ارزش سهام‌ها، احساس فشار و خفقان می‌کنند و درنتیجه فروشندگان هم برای فروش بیشتر، در تنگنا قرار می‌گیرند. دانشجویان برای کسب نمره‌ی بالاتر تحت فشار قرار می‌گیرند. هیچ‌کس توان رهایی از سلطه‌ی این فشارها را ندارد. این سؤال مطرح می‌شود که شما در شرایط فشار، چگونه با آن کنار می‌آیید؟ در رویارویی با فشار، به این موضوع واقف باشید که امکان دارد دچار وسوسه‌ی مصالحه‌ی ارزش‌های فردی شوید. در این قبیل مواقع باید از خودتان بپرسید:

- **آیا عجولانه و تحت‌تأثیر احساسات تصمیم گرفتم؟** فشار، عامل ایجاد تنش است و تنش نیز لحظات احساسی به‌همراه دارد. عده‌ای در این موقعیت‌ها تصمیم‌های نادرستی می‌گیرند و برای خودشان و دیگران، مشکل ایجاد می‌کنند. حال چگونه می‌توانیم در مقابل آن‌ها ایستادگی کنیم؟
- **آیا واقعیت را به مصالحه می‌کشانم؟** پذیرفتن اشتباه برای اکثر مردم کاری سخت است. آیا همه‌ی ما این قدرت را داریم که در سخت‌ترین شرایط، علیرغم میل باطنی خود با واقعیت روبه‌رو شویم؟
- **آیا از مسیر اصلی خارج می‌شوم و راه کوتاه‌تری را انتخاب می‌کنم؟** ضرب‌المثلی هست که می‌گوید: «راه میانبر، طولانی‌ترین مسیر بین دو نقطه است». این ضرب‌المثل تا حدود زیادی حقیقت دارد.

قرار گرفتن زیر سلطه‌ی فشار، امکان بروز وسوسه‌ی میانبر را تقویت می‌کند درحالی‌که ممکن است در بعضی موقعیت‌های دیگر هرگز آن را انتخاب نکنیم. آیا دلتان می‌خواهد همواره صادقانه و با درستکاری، زندگی کنید؟

- **آیا به تعهداتم جامه‌ی عمل می‌پوشانم؟** به‌گفته‌ی مولیر «همه درباره‌ی قول و قرارهای خود، شبیه هم هستند و تنها تفاوت آن‌ها، اعمال و کردارشان است.» آیا پایبند قول‌وقرارهایم هستم و به آن‌ها عمل می‌کنم؟ آیا حتی در موقعیت‌های دشوار هم به تعهداتم عمل می‌کنم؟
- **آیا تحت تأثیر گفته‌ها و نظرات دیگران قرار می‌گیرم؟** عده‌ای به‌راحتی تحت تأثیر حرف‌ها و نظرات دیگران قرار می‌گیرند. خودم در پنج سال آغاز فعالیتم همین‌طور بودم. آیا وقتی به درست بودن رفتاری اعتقاد دارم حتی اگر دیگران آن را نپسندند، آن را انجام می‌دهم؟
- **آیا قول و قرارهایی می‌گذارم که توانایی انجامشان را ندارم؟** ساموئل‌جانسون می‌گوید: «هرگز نباید انتظاراتمان را تا حدی بالا ببریم که قدرت برآورده کردنشان را نداشته باشیم.» چگونه می‌توانم به وعده‌هایم عمل کنم و زمان را از دست ندهم. برای من بهترین حالت، رسیدن به تصمیمی درست در رویارویی با فشار و بهره‌گیری از کمک دیگران است. همه‌ی ما در وهله‌ی اول در مقابل خالق خود پاسخگو هستیم و در وهله‌ی بعد، نسبت به خانواده و جامعه‌ی خود مسؤلیت داریم .

همه درباره‌ی قول و قرارهای خود، شبیه هم هستند و تنها تفاوت آن‌ها، در اعمال و کردارشان است.

مولیر

همیشه از وسایلِ یادآوری استفاده می‌کنم و عکس همسر، فرزندان و نوه‌هایم را روی میز کارم قرار داده‌ام تا به یاد داشته باشم که آن‌ها از من انتظار درستکاری دارند. یکی از دیدگاه‌های من درباره‌ی موفقیت، ابراز عشق و احترام به نزدیکانی است که از آن‌ها عشق و احترام دریافت می‌کنم. کسانی که به ما کمک می‌کنند هر چند بسیار ارزشمند هستند، اما کافی نیستند. من به ابزاری نیاز دارم تا در مسیر درست بمانم و از آن خارج نشوم. برای مثال وقتی قرار است تحت فشار تصمیم بگیرم، همه‌ی مشکلات و راه‌حل‌ها را روی کاغذ می‌نویسم تا از تصمیم‌گیری عجولانه‌ای که پشیمانی به بار خواهد آورد امتناع کنم.

همه‌ی قول و قرارهایم را یادداشت می‌کنم تا آن‌ها را فراموش نکنم. از منشی اداره، لیزا ایگرز خواسته‌ام در جریان همه‌ی تصمیم‌گیری‌هایم قرار بگیرد تا هیچ کدام را فراموش نکنم. به شما هم توصیه می‌کنم همین کار را انجام دهید. هر کار دیگری که فکر می‌کنید کمکتان می‌کند تحت فشار قرار نگیرید یا بتوانید در شرایط فشار، تصمیمی درست بگیرید را انجام دهید.

۲. لذت و شادی

به خاطر دارم که در کتاب «جاده‌ی خلوت»، یک روان‌شناس به‌نام ام.اسکات‌پک، تعریف می‌کند که چطور در ۹ سالگی یک دوچرخه‌ی نو به دست آورده است. یکی از خواسته‌های هیجان‌انگیز او، دوچرخه‌سواری در

شیب تند تپه‌ها بود اما خیلی زود متوجه شد توجه بیش از حد به این علاقه گاهی می‌تواند با رنج توام باشد. روزی تصمیم گرفت با سرعت زیاد به‌طرف پیچ تند پایین تپه براند و درنتیجه، به سختی تصادف کرد. او می‌گوید: «دوست نداشتم در آن پیچ تند با کم کردن سرعتم، لذت درونی دوچرخه‌سواری با سرعت زیاد را از خودم بگیرم» تجربه‌ی کودکی پک با زندگی بزرگسالان تفاوت زیادی ندارد. در دنیایی زندگی می‌کنیم که فلسفه‌ی آن شادی و خوشگذرانی است. طی دهه‌های اخیر عده‌ی زیادی تحت تأثیر جمله‌ی «کاری را انجام بده که از آن لذت می‌بری» قرار گرفته‌اند. میراث ناخوشایند این فلسفه‌ی رفتاری، چیزی جز بدهی، ورشکستگی، طلاق و بزهکاری نیست. تمایل بیش از حد به لذت‌جویی، یک راهنمای فریبکار بوده و حقیقت امر این است که بسیاری از این خوشی‌ها، کوتاه‌مدت هستند و هرگز ما را قانع نمی‌کنند.

عواملی که ما را وسوسه می‌کنند، به‌ندرت مطابق انتظاراتمان از آب درمی‌آیند. در شعر رابرت براونینگ همیلتون می‌توان دیدگاه درست او را درباره‌ی این موضوع مشاهده کرد:

یک مایل با لذت و خوشی راه رفتم؛
به حرف‌هایش گوش دادم؛
اما در پایان مسیر، او را عاقل نیافتم؛
برای آنچه در گوشم زمزمه کرده بود؛
یک مایل دیگر را با ناراحتی پیمودم؛
او دیگر حتی کلمه‌ای به زبان نیاورد؛
این بار درس‌های زیادی از او آموختم!

اگر مراقب خودمان نباشیم، میل به لذت و خوشگذرانی، ما را به انجام اعمالی وا می‌دارد که پایانی جز پشیمانی نخواهند داشت. در برابر نیروی لذت چه باید کرد؟ بیش از انجام هر کاری باید از برابر نیروی وسوسه گریخت.

مارک تواین در کتاب «به دنبال استوا» نوشته: «برای مقابله با نیروی وسوسه، چندین رویکرد حیاتی وجود دارد که مطمئن‌ترین آن‌ها، ترس و بزدلی است.» اگر نمی‌توانید در برابر وسوسه‌ی رفتار غیراخلاقی، مقاومت کنید، خودتان را از مقابل آن کنار بکشید. وقتی این عامل به شما نزدیک می‌شود، در مسیر دیگری حرکت کنید. بهترین مسیر برای اجتناب از وسوسه، پیشگیری از آن است. دومین عامل، پرورش حس نظم و انضباط است. ریچارد فاستر در کتاب «دلایل شادکامی» می‌گوید: «فرد باانضباط، قادر به انجام همه‌ی کارهای لازم در زمان مناسب و تعیین شده است. البته مثبت بودن افراطی هم مشکلاتی مشابه هم دارند چون در این حالت نمی‌توان درست زندگی کرد و امور ضروری را در زمان مناسب انجام داد. فرد باانضباط، همیشه آزاد است.»

فرد باانضباط، قادر به انجام همه‌ی کارهای لازم در زمان مناسب و تعیین‌شده است.

ریچارد فاستر

برای افزایش آزادی فردی، باید احساسات خود را سروسامان دهید. این ساماندهی، نیازمند ایجاد خلق‌وخویی جدید و درست است. یکی از بهترین راه‌های دستیابی به این هدف، تامل درباره‌ی خوشی زودگذر است. نسل امروزی قادر نیست از عهده‌ی این کار برآید چون از ماکروویو استفاده

می‌کند و همه‌چیز را سریع‌تر از زمان ممکن می‌خواهد. اجداد ما، پس از سقوط بازار بزرگ سهام زنده ماندند و حتی جنگ جهانی دوم را پشت سر گذاشتند چون تابع نظم و انضباط فردی بودند.

دیویدکالاهان در کتاب «ارواح مطلوب» وضعیت یک کلاس درس در سال ۱۹۹۴ را که در دانشکده‌ی اقتصاد هاروارد برپا بود به تصویر کشیده است. ۹۱ درصد دانشجویان این کلاس، سرباز وظیفه هستند. او دانشجویان این کلاس را که پس از فارغ‌التحصیلی، به ریاست مؤسسه‌های بزرگ و معتبری مانند جانسون‌اندجانسون و کپتال‌سیتیز/ ای‌بی‌سی منصوب شدند را با تعداد مدیران لایق امروزی مقایسه کرده است. او در این کتاب نوشته است: «در عصر حاضر، کمتر شاهد احساسات پاک مانند فداکاری و چشم‌پوشی از لذت‌های فردی هستیم؛ چراکه همه به فکر خودشان هستند و کس دیگری برایشان اهمیت ندارد.» مدیران امروزی، بیشتر به خوشگذرانی‌های فردی دل می‌بندند که باعث می‌شود عدم اطمینان کارمندان را با خود یدک بکشند. کسی که به لذت، عشق می‌ورزد، بی‌شک روزی دچار دردسر خواهد شد و دیگران را نیز با خود غرق خواهد کرد.

۳. قدرت

آمار نشان می‌دهند که علت افزایش بسیاری از جرایم مربوط به کسب‌وکار در آمریکا به سوءاستفاده یا سوءعملکرد مدیران برمی‌گردد. دیدگاه آن‌ها این است که دارایی شرکت‌های تحت مدیریتشان، دارایی فردی خودشان است و براساس این طرز فکر، کار می‌کنند. متأسفانه احساس عده‌ی زیادی از مردم درباره‌ی قدرت، به نوشیدن آب شور شباهت دارد؛ هر چه بیشتر می‌نوشند، تشنه‌تر می‌شوند.

پایه‌گذاران آمریکا به‌دلیل آگاهی از این ضعف اخلاقی رایج در میان مردم این کشور، هنگام تأسیس دولت مرکزی، سه عامل قدرت، کنترل و تعادل را مورد توجه زیادی قرار دادند. جان‌آدامز، رییس‌جمهور سابق این کشور گفت: «هیچ کس آنقدر دانا و خوب نیست که بتوان بیش از اندازه به او اعتماد کرد.»

احساس عده‌ی زیادی از مردم درباره‌ی قدرت، به نوشیدن آب شور شباهت دارد؛ هر چه بیشتر می‌نوشند، تشنه‌تر می‌شوند.

هریت‌رابین دو کتاب درباره‌ی قدرت نوشته است. او در کتاب‌های خود، رؤسایی که با خودمحوری در قدرت، به پیروزی رسیده‌اند را خودشیفته معرفی کرده و آن‌ها را این‌طور توصیف می‌کند: «شادی و لذت را برای خود و رنج‌های فراوان را برای دیگران می‌خواهند ... هرگز قادر به سپاسگزاری از دیگران نیستند و از مردم مانند دستمال یک‌بار مصرف استفاده می‌کنند.» آبراهام‌زالزنیک، روانشناس و کارشناس مدیریت معتقد است که اکثر مدیران، درگیر حس قدرت‌طلبی هستند و باور دارند که سازمان‌ها به آن‌ها تعلق دارند و درنتیجه به خود حق می‌دهند کاری را که به صلاح خود می‌دانند انجام دهند.

بروس‌هورو ویتز، ویراستار روزنامه‌ی یواس‌ای‌تودی مطلب طنزی را در این‌باره به چاپ رساند. او وقایع امروزی در مؤسسات بزرگ آمریکا را «بیماری لاک‌پشت یرتِل» نامیده است. او این نام را از یکی از داستان‌های دکتر زیوس اقتباس کرده است. دکتر زیوس در این داستان نوشته است: لاک‌پشتی به نام یرتِل که خود را پادشاه می‌نامید، تمامی موجودات تحت

فرمانش را در کاخی بالای یک تپه جمع می‌کند، اما سرانجام کاخ بر سر تمام موجودات خراب می‌شود.

افراد زیرسلطه، درمقابل افراد قدرتمند به‌راحتی کوتاه می‌آیند و خودشان را دستخوش فرامین آن‌ها قرار می‌دهند. آن‌ها به‌شدت تحت تاثیر سلسله و عوامل زیر قرار می‌گیرند که عبارتند از :

- **پذیرش قدرت:** قدرت‌هایی مانند پول، به‌راحتی از کف می‌روند. قدرت، ابزاری است که با اختیار می‌توان از آن استفاده‌ی خوب یا نامناسب کرد و ناگفته نماند که خطرناک هم است؛ به‌ویژه اگر در اختیار افرادی باشد که بدون آمادگی لازم و به‌سادگی به آن دست یافته‌اند.
- **سوءاستفاده از قدرت:** یکی از مضرات قدرت، چنگ انداختن صاحبان قدرت به اولویت‌های آن است. آن‌ها از قدرت در مشاغلی مانند تجارت، ادارات دولتی، وزارتخانه‌ها و موسسات خصوصی درک درستی ندارند و نمی‌توانند به جامعه خدمت کنند. کسانی که حاضر می‌شوند برای حفظ قدرت، هزینه کنند، برای رسیدن به اهداف خود، با معیارهای اخلاقی نیز معامله می‌کنند.
- **از دست دادن قدرت:** کسانی که از قدرت سوءاستفاده‌های بیشمار می‌کنند، به‌سادگی آن را از دست می‌دهند. دوره‌ی قدرتمندی مدیرعامل‌های سودجو هم مانند خودکامگان، کوتاه است؛

طرز فکر کسانی که از قدرت سوءاستفاده می‌کنند مانند نگاه رابرت‌گرین، نویسنده‌ی کتاب «۴۸ قانون قدرت» است. توصیه‌ی این نویسنده، بهره‌گیری از مسیری برخلاف مسیر قانون طلایی اخلاق است. او در این‌باره می‌نویسد:

با کتمان رفتار و اعمالتان، دیگران را در جهل و عدم‌تعادل نگه دارید. اگر کسی از نوع فعالیت شما بی‌اطلاع باشد، برای دفاع از خود هیچ آمادگی نخواهد داشت. تا حد امکان دیگران را به سوی راه و روش اشتباه هدایت کنید و آن‌ها را در جهل و نادانی نگه دارید. به این ترتیب، زمانی از هدفتان مطلع می‌شوند که دیگر خیلی دیر شده است... شهرت یکی از اصول کلیدی قدرت است و می‌توانید با آن همیشه برنده باشید. اگر شهرت شما دستخوش تغییر شود ارزشتان را از دست می‌دهید و مردم از هر طرف به سوی شما هجوم می‌آورند بنابراین دورتادور اعتبارتان حصار بکشید تا همواره نفوذناپذیر باشید.»

تصویر دیگران از یک فرد، طبق توصیف گرین همچون سایه است و وجود واقعی ندارد. در حالی که شخصیت جوهر اصلی و واقعی و جوهر آدمی‌ست. برای دستیابی به موفقیت‌های بلندمدت و برخورداری از زندگی اخلاقی و مطلوب، نیازی نیست تصویری خوب از خودتان ترسیم کنید.

قدرت مانند رودخانه‌ای هنگام آرامش، بسیار زیبا و چشم‌نواز است اما زمانی که متلاطم می‌شود و ساحل را در هم می‌کوبد، ویرانگر است. حال چگونه می‌توان از وقوع طغیان ممانعت کرد؟ به نصیحت هری‌ترومن، رییس‌جمهور اسبق آمریکا در این‌باره توجه کنید: «اگر فردی قدرت را با این تصور که زودگذر است، قبول کند، به سلامت از آن عبور خواهد کرد، اما اگر تصور او از قدرت، امری ماندگار باشد و خود را عامل اصلی ایجاد آن بداند، به‌زودی نابود خواهد شد.» اگر کسی برای قدرت بیش از هر امر دیگری ارزش قایل شود، باید از نظر ضعف اخلاقی، آزمایش شود. قدرت، عاملی بسیار فریبنده است.

اگر فردی قدرت را با این تصور که زودگذر است، قبول کند، به سلامت از آن عبور خواهد کرد، اما اگر تصور او از قدرت، امری ماندگار باشد و خود را عامل اصلی ایجاد آن بداند، به‌زودی نابود خواهد شد.

هری ترومن

۴. غرور

گاهی امکان دارد غرور برای شما نیرویی درونی و لازم تلقی شود، اما هرگز در تحلیل اخلاقی نقشی نخواهد داشت و خلاف مسیر قانون طلایی اخلاق حرکت نمی‌کند.

حال آیا قبول دارید بسیاری از مردم برای بهره بردن از آن و موفقیت، تشویق می‌شوند؟ آیا پاداش ما برای موفقیت فرزندانمان، نمایش احساس غرور از آن نیست؟ آیا دانش‌آموزان برای پرورش غرورشان در مدرسه تشویق نمی‌شوند؟ حس ارزشمندی در خود، احساسی خوشایند است و حتی منجر به ایجاد حس اطمینان نسبت به توانایی‌های درونی فرد می‌شود. گاهی، غرور در خودباوری می‌تواند بسیار مخرب باشد و به تکبر تبدیل شود. در ادبیات و اشعار بزرگان، از خطرات غرور و تأثیر منفی آن در زندگی، حرف‌های زیادی به میان آمده است. حال اجازه دهید در مورد غرور به چند ضرب‌المثل اشاره کنیم.

غرور رکن اصلی بروز همه‌ی اشتباهات بزرگ است.

جان راسکین

- غرور، جلوتر از ویرانی حرکت می‌کند.
- غرور، رفتارهای غیرقابل تحمل به‌همراه دارد.

- غرور، جنگ و جدال به بار می‌آورد.
- غرور هر کس، پایان فعالیت اوست.

جان راسکین نویسنده و منتقد هنری قرن نوزدهم گفته است: «غرور رکن اصلی بروز همه‌ی اشتباهات بزرگ است.» حال به نظر شما نکات منفی غرور چیست؟ کارشناس مذهبی، سی.اس.لوئیز درباره‌ی غرور، نظریه‌ای ارایه داده که نشانگر بصیرت اوست. به‌نظر او، غرور زمینه‌ساز همه‌ی فسادها و گاهی مادر آن‌ها خوانده می‌شود. آیا پافشاری او در این‌باره به نظر شما اغراق‌آمیز است؟ اگر چنین است، اجازه دهید آن را بررسی کنیم. اگر به یاد داشته باشید پیش از این گفتیم انسان هر چقدر مغرورتر باشد، به همان نسبت از غرور دیگران، بیشتر ناراحت می‌شود. درحقیقت، اگر می‌خواهید از میزان غرور خود آگاه شوید، از خودتان بپرسید که چقدر از غرور دیگران ناخشنود هستید؟

موضوع اصلی این است که غرور، موجب رقابت با همین حس در دیگران می‌شود. به همین دلیل تمایل داریم در میان جمع، بهتر از همه ظاهر شویم. اگر فرد دیگری را با همان خصوصیات مغرورانه‌ی خودمان ببینیم تحریک و رنجیده‌خاطر می‌شویم. برای روشن شدن موضوع، باید متوجه باشید که غرور، عاملی رقابتی است و علتِ این رقابتی بودن، ذات آن است؛ در صورتی که رقابت سایر فسادها تصادفی است. لذت از غرور و تکبر تنها در داشتن‌ها خلاصه نمی‌شود، بلکه «بیش از دیگران داشتن» است؛ همان‌طور که همواره مشاهده می‌شود افراد مغرور به‌دلیل دارا بودن ویژگی‌هایی مانند ثروت، هوش، جذابیت و ... بیش از سایرین، احساس غرور و گاهی خودشیفتگی می‌کنند.

اگر همه به‌طور مساوی، ثروتمند، باهوش یا جذاب باشیم، دیگر دلیلی برای غرور باقی نمی‌ماند. رقابت و لذت برتر بودن از دیگران، منجر به غرور می‌شود. اگر هدف اصلی غرور، حذف دیگران باشد، چگونه می‌توان با آن‌ها همان رفتاری را داشت که انتظار می‌رود با ما داشته باشند؟ هرگز امکانپذیر نیست! وقتی اهداف ما فقط در داشتن ثروت، هوشی، جذابیت و... بیش از دیگران خلاصه شود، روی خود و خواسته‌هایمان تمرکز خواهیم کرد و دیگران برایمان ارزشی نخواهند داشت.

چند سال قبل، مجله‌ی تایم، با بررسی دلایل تنزل اخلاقی تجارت، سیاست، حقوق و پزشکی در آمریکا، علت اصلی آن را غرور معرفی کرد. در مقاله‌ای با عنوان «مراقبت از وسواس با کمک تصورهای درونی» این‌طور نتیجه‌گیری شد که متصدیان این مشاغل در صدد آن هستند که به شکایات اخلاقی و رفتاری توجهی نشود.

مقابله با غرور، کار چندان ساده‌ای نیست و بنجامین‌فرانکلین در یکی از مقالاتش گفت: «مقابله با هیچ یک از تمایلات درونی بشر به اندازه‌ی مقابله با غرور سخت نیست، بنابراین آن را سرکوب کنید تا خاموش شود و برحسب لذتی که می‌برید، آن را تضعیف کنید.» وقتی تصور می‌کنید به‌طور کامل بر آن غلبه کرده‌اید، گاهی ممکن است از تواضعتان هم احساس غرور کنید. علیرغم این، هرگز نباید از کوشش برای غلبِه بر آن دست بردارید. غرور نه‌تنها از توانایی تحلیل برخوردار است، بلکه می‌تواند در کارایی فعالیت‌ها و رفتارمان دخیل باشد. یکی از سیاستمداران آلمانی قرن نوزدهم، پگی‌نونان می‌گوید: «با وجود آنکه فریب دادن فرد مورد اعتماد، آسان نیست، فریفتن فردی که خود را باهوش تلقی می‌کند، بسیار سهل

است.» غرور سبب کوری عقل درباره‌ی اشتباهات می‌شود و نیاز به دیگران برای افتادن به دام‌های اخلاقی نامناسب، گسترش می‌یابد.

۵. اولویت‌ها

جیم کالینز نویسنده‌ی کتاب «از خوب به عالی» و «ساختن برای ماندگاری» تحقیق جامعی در خصوص علل موفقیت مؤسسات انجام داد. زمانی که از او درمورد تأثیر اخلاق در ایجاد موفقیت سؤال شد، این‌طور جواب داد: « در این تحقیق، عملکرد تأثیرگذار در موفقیت مؤسسات را کشف کردم. این عامل، نیروی ارزش‌های درونی است که شرکت‌های برتر برای خود ایجاد کرده و عملکردهای سازمانی را به‌وسیله‌ی آن کنترل می‌کنند.» این موضوع درمورد افراد نیز صدق می‌کند.

کسی که از اولویت‌های فردی خود مطلع نباشد، برای تصمیم‌های نادرست، دچار دردسر می‌شود. گوته، شاعر و نویسنده‌ی بزرگ آلمانی می‌گوید: «مسایل و مشکلات مهم نباید تحت تأثیر موضوعات بی‌اهمیت قرار بگیرند؛ باید آن‌ها را در اولویت حل و فصل قرار داد.» البته این مسئله برای خودم هم اتفاق افتاده است. وقتی اولین حرفه‌ی خود را به‌عنوان کارشناس مذهبی پذیرفتم، مملو از الویت‌های فردی نادرست بودم. بیش از هر موضوعی تمایل داشتم مورد تایید مردم واقع شوم؛ تا جایی که گاهی تصمیم‌های نه‌چندان خوشایند می‌گرفتم. به یاد دارم روزی برای جلب رضایت مردم، در انجام مسئولیت اصلی‌ام کوتاهی کردم و با بحرانی جدی مواجه شدم. این بحران منجر به چنگ زدن به اولویت‌های فردی‌ام شد. به‌سرعت تصمیم گرفتم خداوند و یاد او را اولین اولویت زندگی‌ام قرار دهم؛

سپس خانواده‌ام و پس از آن، کارم را دومین و سومین اولویت بدانم. اغلب باید روزانه تصمیم‌هایم را بر پایه‌ی آن اولویت‌ها تنظیم می‌کردم.

این نکته را مد نظر داشته باشید که تعریف ارزش‌های درونی با زندگی براساس آن‌ها، متفاوت است. حال از شما می‌پرسم: اولویت‌های شما چیست؟ پنجاه یا حتی صد سال دیگر، چه چیزی را اولویت خواهید دانست؟ چه چیزی برایتان مهم است؟ خودرو؟ خانه‌ای که در آن زندگی می‌کنید؟ جایزه‌ای که می‌گیرید؟ جایی که تعطیلات‌تان را می‌گذارنید؟ و... اگر تاکنون برای ارزش‌های درونی‌تان تعریفی نداشته‌اید، توصیه می‌کنم هر چه سریع‌تر به آن بپردازید؛ سپس تلاش کنید هر یک از موارد بی‌اهمیت را به موارد مهم یا بالعکس تبدیل کنید.

شاید متوجه شده باشید که حرص و طمع ازجمله عوامل به خطر انداختن قانون طلایی اخلاق هستند. امکان دارد تعجب کنید که چرا به این عامل نپرداختیم. امروزه تنها عامل وقوع اتفاقات ناخوشایند در بعضی سازمان‌ها حرص و طمع است. باورم این است که اکثر مواقع، پول تنها عامل ترویج بی‌اخلاقی در جامعه نیست، بلکه عامل اصلی، مزایایی‌ست که پول به‌همراه دارد.

اگر فردی بتواند بین کمال و پول، تعادل برقرار کند، درحقیقت او تحت تأثیر یکی از پنج عامل فوق قرار گرفته است. کسی که دچار وسوسه‌ی به مصالحه کشیدن ارزش‌های فردی است، شادی و لذت واقعی را تجربه نمی‌کند.

۶

شانس‌های طلایی‌تان را به‌چنگ آورید

همه‌ی ما به دنبال کسب فرصت‌های طلایی در زندگی هستیم. عده‌ی زیای مشتاق هستند در کسب‌وکار خود برای چنین فرصت‌هایی فعالیت کنند. مدتی قبل، از دستیارم کتی‌ویت خواستم فرصت‌های طلایی را در اینترنت جستجو کند. او گفت: «جستجوگر گوگل در کمتر از یک چهارم ثانیه، یک‌میلیون‌وسیصدوده‌هزار مطلب را نمایش داد و درباره‌ی هر یک از آن‌ها پیشنهادات گوناگونی ارایه داده است. از امتیاز رستوران فرایدچیکن گرفته تا جواهرفروشی عروس؛ همه و همه به‌عنوان فرصت‌های طلایی معرفی شده‌اند. پیشنهاد ثبت‌نام در کلاس یوگا نیز یک فرصت طلایی نامیده شده است. اطلاعاتی درباره‌ی بازار بورس داده شده و مشارکت در بازیافت زباله هم در این فهرست قرار گرفته است. پیشنهاد افزایش پروتئین‌های موجود در تخم‌مرغ با استفاده از راهکارهای ژنتیکی، فرصت طلایی دیگری است. گوگل هر چه را که فکر کنید برای رسیدن به فرصت‌های طلایی پیشنهاد داده است.»

حال به نظر شما، روش دست یافتن به فرصت طلایی، از بین این همه پیشنهاد چگونه خواهد بود؟ توصیه می‌کنم، هرگز بیرون از حقیقت وجودی خود به دنبال آن نروید. به نظر بسیاری از مردم، فرصت طلایی واقعی، مربوط به شغل خوب یا سرمایه‌گذاری هر چند ناچیز در بازار جهانی است، درحالی‌که، بزرگ‌ترین فرصت طلایی در زندگی، تغییر خود واقعی است که

مانند پیشنهاد عضویت در تیم المپیک است؛ آن هم به کسی که هرگز برای این کار آموزش ندیده است.

شما هرگز نمی‌توانید روی فرصتی بیرونی، سرمایه‌گذاری کنید و برای آن وقت بگذارید، مگر این که از ابتدا زمینه‌ی آن را در خودتان ایجاد کرده باشید.

مسایل و مشکلات یکی پس از دیگری می‌آیند

این مشکلات باعث نابودی شرکت‌ها یا حتی از دست دادن مشاغل رؤسای آن‌ها می‌شود. آن‌ها پیش از رسیدن به قدرت نتوانسته‌اند زمینه‌های اخلاقی را در خود تقویت کنند، بنابراین، به‌تبع شخصیت ضعیف و گرفتن تصمیم‌های نادرست، بر مشکلات خود افزوده‌اند. ضعف‌های شخصیتی، عامل افزایش مشکلات زندگی هستند. سی.اس.لوییس که از این مقوله در عملیات نظامی استفاده می‌کرد، در این‌باره می‌گوید: «افزایش خوبی و بدی، یک بهره‌گیری ترکیبی است. به‌همین‌خاطر، هر یک از تصمیم‌های روزانه‌ی ما از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. کمترین تأثیر خوبیِ امروزمان، می‌تواند عاملی در دستیابی به پیروزی و موفقیت چند ماه آینده باشد؛ موفقیتی که شاید در خواب هم ندیده باشیم. عکس آن هم وجود دارد؛ هر افراط و تفریطی در حرص و طمع یا خشونت ظاهری بی‌اهمیت می‌تواند باعث از بین رفتن مرزهایی شود که دشمن به‌سادگی بتواند اقدام به حمله کند، هجومی که در شرایط دیگری امکان‌پذیر نخواهد بود.»

فرد مسئولیت‌پذیر، می‌تواند از میان عملکرد درست یا عملکرد آسان، اولی را انتخاب کند و به آن اطمینان داشته باشد.

برای رسیدن به فرصت‌های طلایی، ابتدا باید شخصیتی قوی را در خود پرورش داد. در این صورت، می‌توانید به آمادگی لازم برای مواجهه با چالش‌های اخلاقی دست یابید و در زمان مناسب از بیشترین فرصت ممکن برای استفاده از آن‌ها برخوردار شوید. برای دستیابی به این هدف، به توصیه‌های زیر عمل کنید:

۱. در برابر اعمال و رفتارتان پاسخگو باشید

وودرو ویلسون می‌گوید: «مسئولیت‌پذیری و فرصت باید مناسب هم باشند» حال، این سؤال مطرح می‌شود که چرا باید چنین باشد؟ چون فرد مسئولیت‌پذیر می‌تواند اطمینان یابد که از میان عملکرد درست و عملکرد آسان، باید اولی را انتخاب کند. او نصیحت ویل‌دورانت را که گفته «برای تکمیل انجام وظیفه‌ی خود، به شادی‌هایتان پشت کنید» پذیرفته و به آن عمل می‌کند.

در یکی از مقالات خواندم که فردی درباره‌ی درماندگی می‌گوید: «زمانی فرا می‌رسد که هیچ‌کس جز خودتان شما را ملامت نمی‌کند.» امروزه اکثر مردم تمایل دارند دیگران را ملامت کنند، در حالی‌که خودشان یکی پس از دیگری فرصت‌های طلایی را از دست می‌دهند. آن‌ها حتی اگر به برخی از این فرصت‌ها دست یابند، خیلی زود آن را از کف می‌دهند و هرگز خود را مقصر نمی‌پندارند. این افراد، جزء سه گروه زیر هستند:

- افراد غرغرو--- شرایط زندگی‌شان را ملامت می‌کنند؛
- افراد نق‌نقو--- مشکلات فردی گذشته‌شان را ملامت می‌کنند و آسیب می‌بینند؛
- افراد طفره‌رو--- دیگران را مانع موفقیت‌شان می‌دانند و آن‌ها را ملامت می‌کنند.

اگر قصد دارید با مورد اعتماد قرار گرفتن از سوی دیگران پیشرفت کنید، باید در وهله‌ی اول، پاسخگوی رفتارتان باشید. به گفته‌ی وینستون چرچیل که مسئولیت‌پذیری را بهای بزرگ زندگی می‌داند، باید در کنار آن بتوانید زمینه‌ساز فرصت‌های طلایی هم باشید.

۲. به نظم و انضباط فردی خود توجه کنید

نتایج یک بررسی نشان داد که ۸۲ درصد از اعضای هیئت مدیره‌ی شرکت‌ها تقلب در بازی گلف را قبول دارند و ۷۲ درصد نیز بر این باورند که فعالیت‌های تجاری، شبیه بازی گلف است.

حال چرا برخی مردم عادت دارند دیگران را فریب دهند؟ به‌عقیده‌ی من علت آن، بی‌نظمی فردی است. افرادی که به انضباط فردی توجه چندانی ندارند و در پیشبرد آن موفق نیستند، برای رسیدن به موفقیت، تقلب می‌کنند. به گفته‌ی اچ.جکسون‌براون «استعداد تهی از نظم و انضباط فردی مانند هشت‌پایی است که با اسکیت حرکت می‌کند و با وجود حرکت و جنبش زیاد، جهت حرکت آن مشخص نیست.»

اچ.پی.لیدون، استادیار دانشگاه آکسفورد در قرن نوزدهم، گفته است که «رفتار ما در موقعیت‌های بزرگ زندگی، به‌دلیل عملکرد فردی ماست؛ و آنچه که هستیم به نظم و انضباط فردی گذشته‌ی ما برمی‌گردد.»

اگر در پی بهبود شخصیت خود و افزایش سطح موفقیت‌تان هستید، باید نظم را در موارد زیر رعایت کنید:

- **زمان:** از آن‌جایی‌که قادر نیستید زمان باقیمانده را محاسبه کنید، باید نحوه‌ی استفاده از آن را تنظیم کنید.
- **انرژی:** همیشه باید در استفاده از انرژی خود برای ارتقاء توانمندی‌هایتان کوشا باشید.
- **اهداف:** شما قادر به انجام هر کاری نیستید، بنابراین خودتان را برای انجام کارهای مهم پرورش دهید.
- **صبر و حوصله:** اگر نتوانید بر احساسات خود غلبه کنید، آن‌ها بر شما غلبه می‌کنند.

افراد موفقی که به‌راحتی با دیگران کار می‌کنند و از چالش‌های پیش رو احساس خرسندی می‌کنند، هرگز به برقراری نظم و انضباط، نگاه منفی ندارند، بلکه از آن استقبال می‌کنند. به‌گفته‌ی وینس لومباردی، مربی فوتبال ان.اف.ال گرین‌بی‌پکرز «هیچ فرد موفقی را سراغ ندارم که از نظم و انضباط سختی که برای نیل به اهدافش متحمل شده، ممنون نباشد.»

۳. از ضعف‌های درونی خود مطلع باشید

این‌طور تعریف می‌کنند که روزی تئودور روزولت در محوطه‌ی بیرونی خانه‌اش واقع در ساگامور هیل نیویورک با ویلیام‌بیب، فیلسوف طبیعتگرا گفتگو می‌کرد. روزولت در حالی‌که به آسمان صاف و پرستاره می‌نگریست، به نقطه‌ای نورانی در گوشه‌ی صورت فلکی اسب بالدار اشاره کرد و گفت: «ویلیام! آن نقطه را می‌بینی؟ این «کهکشان حلزونی آندرومدا»ست که به بزرگی راه‌شیری ماست. این کهکشان صدبیلیون خورشید را در خود جای داده و خود آن هم یکی از صدبیلیون کهکشان است.» سپس نگاهی به

ویلیام کرد و گفت: «به نظرم ما در برابر آن هیچ هستیم؛ بهتر است برویم بخوابیم.» رروزولت ضعف‌های درونی‌اش را می‌شناخت و همان‌طور که در کتاب «صفات برجسته‌ی یک مدیر» نوشته‌ام او در کودکی به ضعف بدنی شدید و آسم مبتلا بود و کمبود وزن داشت. او تصمیم گرفت خود را تقویت و قدرتمند کند بنابراین به گاوچرانی، مسابقات شکار حیوانات وحشی، شرکت در جنگ به‌عنوان سواره‌نظام و بوکس پرداخت. او توانست از کودکی ضعیف، به مردی با قدرت بدنی خوب تبدیل شود. برای رسیدن به آگاهی، باید از آمادگی برخوردار بود. افرادی که ضعف‌های خود را می‌شناسند، کمتر غافلگیر می‌شوند؛ هرگز به دیگران اجازه‌ی سوءاستفاده از ضعف‌هایشان را نمی‌دهند؛ اما افرادی که خود را فریب می‌دهند یا تظاهر به قوی بودن می‌کنند، سرانجام با شکست مواجه می‌شوند.

۴. اولویت‌هایتان را با ارزش‌هایتان منطبق کنید

تمامیت انسانی، به معنای همسویی عملکردهای رفتاری و باورهای درونی اوست. ادعا کردن، مدعی بودن یا برای نمایش توانایی خود، وظایف دیگران را انجام دادن، به معنای کمال نیست.

کمال به معنای همسویی با باورهای درونی و عملکرد رفتاری است.

بهترین معنی کمال این است که فردی یا چیزی کامل و یکپارچه باشد. وقتی مدعی موضوعی باشید اما کار دیگری انجام دهید، درواقع در مسیر کمال قرار نگرفته‌اید. به گفته‌ی آبراهام‌لینکلن، خانه‌ای که علیه خود تقسیم شود، هرگز پابرجا نخواهد ماند. راه‌حل آن بسیار ساده است؛ ارزش‌های خود را به درستی تعریف کنید و به اولویت‌های خود نظم دهید.

۵. عملکرد اشتباه خود را بپذیرید و به‌سرعت آن را اصلاح کنید

یکی از ویژگی‌های بارز تجارت‌های موفقی که ورشکسته شده‌اند، کتمان حقیقت است. ازجمله مشکلات مهم هیئت مدیره‌ی شرکت‌های انرون، تایکو و وردکام، سرپوش گذاشتن بر خطاهایشان است. این خطای رفتاری تنها به مشاغل منحصر نمی‌شوند. افرادی که عملکرد فردی ضعیفی دارند، در هر کسب و کاری درصدد پنهان کردن خطاهای خود هستند.

با نگاهی اجمالی به سناتور سابق ایالت نیوجرسی «رابرت توریسلی» می‌توان این موضوع را به خوبی درک کرد. او بعد از دریافت هدایای گرانقیمت و ۵۳ هزار دلار پول برای حمایت از امور انتخاباتی، اعلام کرد که مرتکب هیچ خطایی نشده است! حتی وقتی کمیته‌ی انضباطی، او را از ادامه‌ی فعالیت محروم کرد او در آخرین سخنرانی‌اش همچنان خود را فردی درستکار معرفی کرد. او در شروع این سخنرانی، از فعالیت‌هایش دفاع کرد و گفت: «این روش زندگی من است، به تک‌تک روزهای آن افتخار می‌کنم و هرگز آن را دستخوش تغییر نخواهم کرد.» او بعد از چند سال، با نهایت تأسف اعلام کرد: «ما از چه زمانی به انسان‌هایی خطاکار تبدیل شده‌ایم؟ از چه زمانی برای از میان بردن اعتماد و باور دیگران، تلاش کرده‌ایم؟»

وقتی افراد خطاکار به اشتباهات‌شان اعتراف می‌کنند و از دیگران می‌خواهند آن‌ها را ببخشند، مردم هم خطاهایشان را عنوان می‌کنند و بیش از پیش به آن‌ها اعتماد خواهند کرد.

رفتار توریسلی را با رفتار هری کرایمر، مدیرعامل شرکت بین‌المللی باکستر مقایسه می‌کنیم. در سال ۲۰۰۱ و با مرگ برخی از بیماران دیالیزی که از فیلترهای تولیدی شرکت باکستر استفاده کرده بودند،

کرایمر تولیدات خود را محدود کرد؛ به بررسی دقیق موضوع پرداخت و با استخدام متخصصان ماهر، درباره‌ی عیوب احتمالی محصولات تحقیق کرد. او در اولین فرصت ممکن از مرگ این بیماران اظهار تاسف کرد و به خانواده‌ی آن‌ها تسلیت گفت. کرایمر می‌توانست واکنش دیگری نشان دهد و با مقصر دانستن دیگران، زیان‌های وارده را جبران کند، اما با وجدان و اخلاق درست، سعی کرد محصولات معیوب را از بازار جمع‌آوری کرده و این بخش از کارخانه را علیرغم ۱۸۹ میلیون دلار ضرر، تعطیل کرد.

او با گزارش این اتفاق به شرکت رقیب، از آن‌ها خواست از تکرار اتفاقات مشابه جلوگیری کنند و این رفتارها را تنها به‌دلیل انسان‌دوستی انجام داد. به کمیته‌ی خسارت اعلام کرد که سود دریافتی او در سال ۲۰۰۱ را کاهش دهند و خسارت وارده را از آن کسر کنند. با مشاهده‌ی این رفتار می‌توانیم میزان اعتماد و اطمینان دیگران را به کرایمر درک کنیم. دونالد.پی.جاکوب، مدیر مدرسه‌ی کلاگ در این‌باره می‌گوید: «هری طوری زندگی می‌کند که همه‌ی ما آرزویش را داریم. او به هر آنچه می‌گوید باور دارد و حرف‌هایش ارزشمند است. رفتار او با کارگرانش همان‌طور است که دوست دارد دیگران با خود او رفتار کنند.»

کرایمر توانست از ناخوشایندترین موقعیت، با استفاده از قانون طلایی اخلاق و کمال انسانی، وضعیت خود را به بهترین موقعیت تبدیل کند. به نظر شما چه چیزی بهتر از این روش اخلاقی می‌توان یافت؟

۶. در بهره‌گیری از سرمایه‌های خود دقت کنید

اگر در تلاش برای آشنایی با شخصیت واقعی افراد معروف هستید، به نوع استفاده‌ی آن‌ها از پول و دارایی‌شان دقت کنید. هِنری‌فورد، مخترع خودرو

سواری می‌گوید: «پول هرگز منجر به تغییر افراد نمی‌شود، بلکه از روی خود واقعی‌شان پرده برمی‌دارد. فرد طمعکار، حریص و خودخواه با وجود داشتن پول فراوان، ویژگی‌های خبیثانه‌ی خود را نمایان می‌کند.»

ثروت و دارایی فراوان باعث تغییر شخصیت وجودی انسان‌ها نمی‌شود، بلکه خود واقعی‌شان را آشکار می‌کند. فرد طمعکار، حریص و خودخواه با وجود داشتن پول فراوان، ویژگی‌های خبیثانه‌ی خود را نمایان می‌کند.

هنری فورد

بنابراین آیا مردم درمقابل پول دیگران حساسیت به‌خرج می‌دهند یا دست‌ودلباز هستند؟ آیا در این باره که هر معامله‌ای باید برای آن‌ها سودآور باشد، اصرار دارند؟ آیا برای به دست آوردن مال و ثروت باید قدم در بیراهه گذاشت؟ ارزش پول و دارایی در زندگی آدمی چقدر نقش دارد؟ انسان‌هایی که برای کسب ثروت، ارزش زیادی قایل هستند، خیلی راحت در معرض لغزش قرار می‌گیرند. در داستان شاه میداس، درمی‌یابیم که او دچار چنین مشکلی شد. در زندگی شاه، پول در رأس امور قرار داشت و او زندگی‌اش را به بهای دارایی‌هایش از دست داد. یکی از فیلسوفان می‌گوید: «انسان طماع و ثروت‌اندوز، مانند زمین بیابان، پوشیده از شن است که قطره‌های باران را در خود فرو می‌برد، بدون آن‌که حاصلخیز شود و درخت، میوه یا گیاهی را برای استفاده دیگران پرورش دهد.»

اگر به یاد داشته باشید، در فصل پنجم خواندیم که پول و دارایی تنها یک وسیله هستند، اما وسیله‌ای بُرنده که اگر درست از آن‌ها استفاده نشود،

به آدمی آسیب می‌رسانند؛ به همین دلیل باید در بهره‌گیری از سرمایه‌ها دقت لازم را به خرج دهیم.

اگر در مورد استفاده از پول، روش درستی بیابیم، می‌توانیم از آن به عنوان ابزاری مثبتِ بهره ببریم. به گفته‌ی پی.تی.بارنوم: «پول، اربابی خشن، اما خدمتگزاری فوق‌العاده است.» برای امتناع از بردگی در برابر پول، به پند و اندرزهای زیر دقت کنید:

- **از خودتان درآمد داشته باشید:** افرادی که با کار و فعالیت، پول کسب می‌کنند، برای دارایی دیگران ارزش قایل هستنند.
- **با دیگران صادق باشید:** به خاطر خودتان به روزهای گذشته کاری‌تان برگردید تا از درستی قراردادهایتان اطمینان یابید. این صداقت باعث ایجاد سرمایه‌ای باارزش می‌شود. به گفته‌ی بی.سی.فوربس «انسان باوجدان و عاقل، برای دستیابی به ثروت صادقانه، در پی یافتن مسیرهای قانونی و درست است؛ چون با ثروت، توانایی انجام بسیاری از امور دنیایی را به دست می‌آورد. اگر کسی تصور کند کسب پول به هر شکلی، مهم‌تر از به دست آوردن آن از راه صادقانه است، انسانی احمق است و خود و دیگران را به گرداب نابودی می‌کشاند.»
- **از وام به نحوی صادقانه و با صرفه‌جویی بهره بگیرید:** به گفته‌ی سلیمان نبی «ثروتمند به فقیر حکم می‌کند و وام گیرنده، برده‌ی وام‌دهنده می‌شود» برای حفظ آزادی خود هرگز گرفتار وام نشوید.

هیچ افتخاری بزرگ‌تر و هیچ استقلالی مهم‌تر از برخورداری از زندگی بامعنا نیست.

کالوین کولیج

رفتار مناسب در مقابل پول و مدیریت درست آن (به جای مدیریت شدن توسط آن) زمینه‌ساز بسیاری از موفقیت‌های فردی در زندگی خواهد شد.

۷. خانواده‌تان را بر کارتان ترجیح دهید

امروزه، اکثر مردم تصور می‌کنند برای دستیابی به موفقیت در کسب‌وکار، باید خانواده‌شان را فدا کنند. رشد آمار طلاق، نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است و همچنین بی‌توجهی والدین که مسئولیت فرزندان‌شان را بر عهده دارند و آن‌ها را از لحاظ مالی تحت حمایت قرار می‌دهند، نیز دیده می‌شود. سالانه حدود ۲۰ تا ۳۰ بیلیون دلار از مالیات، صرف پشتیبانی مالی از کودکان بی‌سرپرست می‌شود که توسط والدین‌شان رها شده‌اند. درحالی‌که اگر خانواده‌ها، تربیت فرزندان را در اولویت قرار دهند نه‌تنها در درازمدت به رشد کسب‌وکارشان آسیبی وارد نمی‌کند، بلکه باعث ارتقاء آن نیز می‌شود.

به گفته‌ی پت‌رایلی، مربی تیم بسکتبال ان.بی.ای «اگر زندگی و خانواده‌تان بر مبنای اصول درست شکل گرفته باشد، توانایی انجام هر کاری را خواهید داشت.» برخورداری از خانواده‌ی منسجم، مانند سکویی محکم برای دستیابی به موفقیت‌های بیشمار است .

۸. برای مردم در هر جایگاهی ارزش و احترام قایل شوید

زمانی که مردم به فکر ارتقاء شخصیت خود هستند، بیشتر روی «باید» تکیه و تمرکز می‌کنند. البته این موضوع تا حدی درست است، اما برای رسیدن به فرصت‌های طلایی، کافی نخواهد بود؛ چرا که باید برای دیگران

ارزش و احترام قایل شد تا با این روش، بتوان بخشی از اعتماد را به آن‌ها تقدیم کرد. درحقیقت عصاره‌ی قانون طلایی اخلاق، همین است.

وولف.جی.رینک در کتاب «مدیریت پیروزی: شش اصل مطمئن برای تأسیس سازمانی با کیفیت و کارآیی بالا» می‌نویسد: «اگر نسبت به عملکرد کارمندانتان بی‌اعتماد باشید، ۳ درصد حق با شماست، اما اگر تا وقتی که اشتباهات دیگران ثابت نشده، به آن‌ها اعتماد کنید، ۹۷ درصد حق با شما خواهد بود.» این تفاوت قابل‌توجه است.

اگر نسبت به عملکرد کارمندانتان بی‌اعتماد باشید، ۳ درصد حق با شماست، اما اگر تا وقتی که اشتباهات دیگران ثابت نشده، به آن‌ها اعتماد کنید، ۹۷ درصد حق با شما خواهد بود.

وولف.جی.رینک

زمانی‌که نوشتن این کتاب را آغاز کردم، با مایک‌آبراشوف، نویسنده‌ی کتاب «روش‌های مدیریت مانند بهترین کشتی نیروی دریایی است، این کشتی از آن شماست» گفتگو کردم. در کنفرانسی که به میزبانی من برگزار شد، با او آشنا شده بودم. مایک از جمله کسانی است که با رعایت قوانین طلایی پیشرفت کرده است. پس از فارغ‌التحصیل شدن از آکادمی نیروی دریایی آمریکا به درجه‌ی افسری و بعد از شانزده سال به مقام ناخدایی رسید و پس از آن معاون وزیر دفاع شد. وقتی در فرماندهی بن‌فورد مشغول فعالیت شد، به موقعیتی جدید برای استفاده از قانون طلایی در مدیریت رسید. او می‌گوید: «در ۱۶ سال اوایل فعالیتم فقط خواهان کسب موفقیت‌های سریع بودم. به موفقیت‌هایی می‌رسیدم که چشمگیر و ماندگار نبودند. دو سال بعد

از اجرای قوانین طلایی در فعالیتم، فرمانده کشتی شدم و توانستم افسار زندگی‌ام را به‌خوبی به دست بگیرم.

هرچند در گذشته برحسب انتظارات محدود خودم و توقعاتی که سازمان از من داشت، کار می‌کردم، اما طی مساعدتم با وزیر دفاع و نوع افکارم، تغییراتی حاصل شد. وقتی به ترک کشتی فکر می‌کردم، از خودم پرسیدم که چگونه باید این کار را انجام دهم؟ کشتی شباهت‌های زیادی به درختی پر از میمون دارد! زمانی که بالای درخت ایستاده‌ای و به پایین نگاه می‌کنی، فقط صورت‌های خندانی را می‌بینی که تماشایت می‌کنند، اما همین که پایین می‌آیی و به بالا نگاه می‌کنی، با منظره‌ای بسیار متفاوت مواجه می‌شوی . »

مایک تصمیم گرفت خودش را جای ملوانان بگذارد و از چشم آن‌ها به موضوعات نگاه کند و درباره‌ی آن‌ها بیندیشد. او با تک‌تک ملوانان هم‌صحبت شد تا وضعیت‌شان را ارزیابی کند. بنابراین با تدارک اوضاع و شرایط جدید توانست موقعیت‌شان را بهبود ببخشد. او توانست با فرستادن آشپز کشتی به کلاس آشپزی و ارایه‌ی کلاس‌های دانشگاهی برای ملوانان، تا حدودی به اوضاع کشتی سروسامان دهد. همچنین به فرماندهان توصیه کرد با نیروهای تازه‌وارد، طوری رفتار کنند که دوست دارند با فرزندان‌شان رفتار شود.

او برای همه ارزش و احترامی یکسان قایل می‌شد و از فرماندهان گرفته تا مردم عادی، به همه احترام می‌گذاشت. با کارکنانش همکاری زیادی داشت و به آن‌ها اختیار لازم برای تصمیم‌گیری را می‌داد. او سرانجام کشتی تحت فرماندهی خود را به بهترین کشتی نیروی دریایی تبدیل کرد. طی این مدت، آن‌ها را با گفتن جمله‌ی «این کشتی شماست»

دلگرم می‌کرد. او در ادامه می‌گوید: « با استفاده از قـانون طلایـی اخـلاق، اتفاقات خوبی رخ داد؛ به جای این‌که فقط به پیـشرفت خـودم فکـر کـنم، دیگران را در اولویت قرار دادم و هزاران بار با نتـایج مثبـت روبـه‌رو شـدم. همه‌ی این‌ها از نتایِج به‌کارگیری قانون طلایی است.»

۷

چطور می‌توان لامسه‌ی میداسی را گسترش داد

من در مدرسه با اسطوره‌شناسی یونان آشنا شدم و داستان شاه میداس را همیشه به یاد می‌آورم. او پادشاه سرزمینی کهن بود و چون به دوست قدیمی‌اش کمک کرد یکی از خدایان تصمیم گرفت یکی از آرزوهای میداس را برآورده کند. او آرزو کرد به هرچه دست می‌زند، تبدیل به طلا شود. هنگامی که آرزوی او برآورده شد، ابتدا به درخت دست زد و درخت تبدیل به طلا شد؛ سپس دستش را روی اسبی کشید و اسب هم به طلا تبدیل شد. میداس در عرض چند دقیقه، ثروتمندترین مرد دنیا شده بود. طولی نکشید که پادشاه احساس گرسنگی کرد و دستش را به طرف تکه‌ای گوشت دراز کرد، اما همین‌که آن را لمس کرد تبدیل به طلا شد و این اتفاق برای نوشیدنی‌اش هم افتاد. دلخراش‌تر این‌که دخترش او را در آغوش گرفت و ناگهان به مجسمه‌ای طلایی تبدیل شد! میداس ملتمسانه از خدا خواست این قدرت طلایی را از او بگیرد. خدا او را به سمت رودخانه‌ی پاکتولوس روانه کرد تا پس از شستن دست و روی خود، به حالت اول برگردد. میداس درحالی‌که مجسمه‌ی دخترش را در آغوش گرفته بود به‌سمت رودخانه رفت و سرانجام خود و دخترش به حالت اول برگشتند. وقتی او قدرت طلایی‌اش را از دست داد، گویی دوباره احساس شادی کرد و متوجه شد که شادی، طلای واقعی است.

طلای واقعی

بی.سی.فوربس، بنیانگذار مجله‌ی فوربس می‌گوید: «آیا آرزوها و خواسته‌های درونی‌تان خودخواهانه هستند؟ آیا برای داشتن اموالی مانند خانه‌ی بزرگ، ویلا، خودروی آخرین مدل، لباس‌های گرانقیمت، تفریحات و... خودتان را به زحمت می‌اندازید؟ اگر این‌طور است، توصیه می‌کنم به افرادی که از این نعمت‌های دنیایی برخوردارند، سری بزنید. آیا فکر می‌کنید آن‌ها شاد هستند؟ آیا آن‌ها باایمان هستند؟ آیا از نظر جسمی قوی هستند؟ آیا عده‌ی زیادی آن‌ها را دوست دارند؟ آیا آن‌ها نسبت به شما از احترام و عزت بیشتری برخوردارند؟»

به گفته‌ی کارنگی «میلیونرها به‌ندرت می‌خندند و کمتر خوشحال هستند!» این گفته را قبول دارم و معتقدم که ثروت واقعی در مال‌اندوزی نیست. «هنری وارد بچر» که از مخالفان بردگی است، می‌گوید: «بخشش، تنها ثروت واقعیِ این دنیایی است.»

بخشش، تنها ثروت واقعیِ این دنیایی است.

هنری وارد بچر

قانون طلایی هرگز فریب نمی‌دهد

به اعتقاد من، ثروتی ارزنده‌تر از پول هم وجود دارد که به آن، رفتار متقابل با دیگران می‌گویند. افرادی که با قانون طلایی زندگی می‌کنند، رفتاری محترمانه نسبت به دیگران دارند و زندگیِ سرشار از اخلاق برای آن‌ها نشاط به ارمغان می‌آورد. می‌توان طور دیگری به قانون طلایی نگاه کرد. می‌توانید «لامسه‌ی میداسی» را درمورد انسان‌ها به کار ببرید و تنها

کافیست تمرکزتان را از فعالیت‌های فردی برداشته و آن را روی ارزش قایل شدن برای دیگران معطوف کنید.

می‌توانید «لامسه‌ی میداسی» را در مورد انسان‌ها به کار ببرید و تنها کافیست تمرکزتان را از فعالیت‌های فردی برداشته و آن را روی ارزش قایل شدن برای دیگران معطوف کنید.

بالاترین سطح زندگی، زیستن با واقعیت‌هاست. واقعی بودن، باعث می‌شود دنیا به مکانی بهتر برای زیستن و کار کردن، تبدیل شود. به گفته‌ی اچ.ای.استینر «هرگاه همه به نتیجه‌ی مشترک برسند، سرمایه‌گذاری روی توسعه‌ی منابع طبیعی، مفید واقع می‌شود، اما بهبود وضعیت زندگی انسان و گسترش منابع انسانی، سودآورتر از قبل خواهد شد و می‌توان از کسب‌وکار بهتری برخوردار شد.» اگر به دنبال چیزی بیش از حساب بانکی سرشار از پول هستید و قصد دارید ثروتی واقعی به دست آورید، با تمرین‌های زیر و سرمایه‌گذاری روی انسان‌ها می‌توانید به نتیجه برسید. این تمرین شامل موارد زیر می‌شود:

۱. همیشه سعی کنید رفتارتان با مردم، بهتر از رفتار آن‌ها با شما باشد

دوست داشتن دیگران، هرگز کار سختی نیست و مهربانی، حکم ادب را دارد. پاسخ شما به رفتار نامناسب دیگران چگونه است؟ آیا بی‌حرمتی آن‌ها را با بی‌احترامی پاسخ می‌دهید؟ آیا جدال در برابر جدال را می‌پذیرید؟ رفتار نامناسب گاهی می‌تواند در زمانی کوتاه، به جنگ متقابل تبدیل شود. به چند نمونه از عدم توافق‌های جزیی میان دیگران اشاره می‌کنم که در نهایت منجر به جدال‌های طولانی شده است:

- نهصد سال قبل، مشاجره‌ی اهالی شهرهای مودنا و بولونـا بـر سـر آب سرانجام باعث به راه افتادن جنگی شد که به ویرانی اروپا انجامید.
- یکی از پادشاهان چین فقط به دلیل شکـستن یـک قـوری، بـه جنـگ رضایت داد.
- در سال ۱۶۵۴ میان کشورهای سوئد و لهستان جنگی بـه پـا شـد کـه علت آن فقط پادشاه سوئد بود. اسم او در نامه‌ای رسـمی بـا دو واژه‌ی محترمانه ذکر شده بود اما نام پادشاه لهستان با سه کلمه‌ی محترمانـه قید شده بود.
- جنگ میان فرانسه و انگلستان تنها به‌دلیل ریختن یک لیـوان آب روی مارکوس دتوری اتفاق افتاد.
- پسربچه‌ای با پرتاب سنگ کوچک به سمت دوک‌دی گوییز باعث بروز جنگ و کشتار جمعی «واسی» شد که سی سال ادامه داشت.

برای آن‌که رفتارمان با دیگران بهتر از رفتاری باشد که آن‌ها بـا مـا دارنـد، بـه برخورداری از شخصیتی قوی نیاز داریم. مارتین‌لوترکینگ، رهبر جنبش حقوق مدنی گفته است: «بخشیدن و گذشت، رفتاری موقتی و وابـسته بـه مـوقعیتی خاص نیست، بلکه رفتاری جاودانی است.» هرگاه همه بتواننـد بـه دسـتورات قانون طلایی عمل کنند، دنیا به مکانی بهتر برای زیستن تبدیل خواهـد شـد. حال تصور کنید اگر رفتار همه با دیگران بهتر از رفتار دیگران بـا آن‌هـا باشـد، چگونه دنیایی خواهیم داشت؟ من به این روش، قانون پلاتینی می‌گویم.

بخشیدن و گذشت، رفتاری موقتی و وابسته به موقعیتی خاص نیست، بلکه رفتاری جاودانی است.

مارتین لوترکینگ

پدرم با توجه به شغلش، بـه مـن یـاد داد بـدون در نظـر گـرفتن امـوال و دارایی‌هایم، با دیگران رفتاری بلندنظرانه و شایسته داشته باشم. او در پُست ریاست دانشگاه بود و به خاطر دارم روزی یکی از اسـاتید در مـورد فـردی، نظر پدرم را خواست. پدرم در جواب گفت: «به نظر، انسان خوبی است.»

استاد گفته‌های آن شخص درباره‌ی پدرم را نقل کرد و دوباره نظر پدرم را پرسید. پدرم بار دیگر در جواب گفت: «گفتم کـه؛ او آدم خـوبی اسـت!» استاد با تعجب پرسید: «حرف‌های ناشایستی که درباره‌ی تو گفته را برایـت بازگو کردم، هنوز همان نظر قبل را داری؟»

پدرم گفت: « از من پرسیدی که درباره‌ی او چه نظری دارم؛ نه این‌کـه او درباره‌ی من چه نظری دارد؛ درست است؟»

من هم در سراسر زندگی‌ام سعی کـرده‌ام رفتـار پـدرم را دنبـال کـنم و هرچند هنوز به اندازه‌ی او در استفاده از قـانون پلاتینـی، تبحـر نـدارم، امـا تلاش می‌کنم برخوردم با همه محترمانه باشد. همیشه آرزویم این بوده کـه در برقراری روابط اجتمـاعی، گذشـت در رفتـارم وجـود داشـته باشـد و بـا اطمینان قلبی می‌گویم که در حال حاضر هـیچ دشـمنی نـدارم. هرگـاه بـا کسی دچار مشکل می‌شوم، به‌سرعت برای رفع آن، اقدام و تلاش می‌کـنم و تا حل و فصل نشود، آسوده نمی‌شوم. کینه‌ای نیستم؛ چون می‌دانـم اگـر کینه‌توز باشم حس کدورتم سنگین‌تر خواهد شد. به خوانندگان عزیز توصیه می‌کنم سعی کنند رفتاری مهربانانـه بـا دیگـران داشـته باشـند و از آن‌هـا کوچک‌ترین توقعی برای ابراز رفتار مهربانانه نداشته باشند.

من معتقدم باید تلاش کرد کـه در برابـر رفتـار بلندنظرانـه‌ی دیگـران، مهربان بود؛ چراکه مهربانی، حسی آکنده از آزادی و رهایی است.

۲. کیلومتر دوم را طی کنید

در این قسمت از کتاب قصد دارم مثالی طنزآلود را برایتان تکرار کنم و دلایل خستگی‌تان را با آمار و ارقام برایتان توضیح دهم. با توجه به این آمار و ارقام و برخلاف تصورتان، تعداد کسانی که مشغول به کار هستند بسیار محدود است.

- جمعیت آمریکا کمی بیش از ۲۵۰ میلیون نفر است.
- ۸۴ میلیون نفر، بیش از ۶۴ سال سن دارند و به سن بازنشستگی رسیده‌اند بنابراین نتیجه می‌گیریم که حدود ۱۶۶ میلیون نفر آماده‌ی کار هستند.
- حدود ۹۵ میلیون نفر کمتر از ۲۰ سال سن دارند بنابراین تنها ۷۱ میلیون نفر برای کار کردن باقی می‌مانند.
- از این تعداد، ۲۷ میلیون نفر در مشاغل دولتی مشغول به کار هستند؛ درنتیجه فقط ۴۴ میلیون نفر برای کار کردن باقی می‌مانند.
- ۱۴ میلیون نفر جزء نیروهای نظامی هستند و درنتیجه برای فعالیت در سایر مشاغل فقط ۳۰ میلیون نفر باقی می‌مانند.
- حدود ۲۰ میلیون نفر در دفاتر ایالتی و حومه‌ی شهرها مشغول به کار هستند بنابراین ۱۰ میلیون نفر برای انجام مشاغل دیگر باقی می‌مانند.
- ۶ میلیون نفر در بیمارستان‌ها، مراکز درمانی بیماران روانی و سایر مراکز بهداشتی مشغول به کار هستند بنابراین ۴ میلیون نفر برای کار کردن باقی می‌مانند.

- شاید جالب باشد که بدانید ۳ میلیون و ۹۹۹ هزار و ۹۹۸ نفر در زندان‌ها به سر می‌برند درنتیجه تنها ۲ نفر برای کار کردن باقی می‌مانند.

آن ۲ نفر هم، من و تو هستیم؛ من هم که قصد دارم به تعطیلات بروم!

شاید تصور کنید شوخی درستی نکرده‌ام، اما واقعیت در محتوای آمار و ارقام مشهود است. عده‌ی زیادی در این نقطه از جهان، هیچ کاری انجام نمی‌دهند. با این شوخی آماری قصد دارم ثابت کنم که با این حداقل‌ها هرگز نمی‌توان انتظار پیشرفت داشت. این مثال به شما یا دیگران برنمی‌گردد بلکه روی این حقیقت تأکید می‌کند که رویکردی نامناسب درباره‌ی کار وجود دارد. یکی از مجریان تلویزیونی مشهور می‌گوید: «اگر در لحظه‌ی حال با همه‌ی توانم تلاش کنم، بهترین‌ها را در آینده به دست می‌آورم.»

من نه‌تنها با این دیدگاه درباره‌ی امور شغلی، بلکه درمورد روابط اجتماعی‌ام موافق هستم؛ چراکه در هر دو زمینه صدق می‌کند. به‌همین دلیل به شما عزیزان توصیه می‌کنم در پیمودن دومین کیلومتر از مسیر زندگی‌تان به پیشنهاداتم گوش دهید. برای روشن شدن مقصودم، اجازه می‌خواهم ابتدا مثالی بزنم:

دو هزار سال قبل، در امپراتوری رُم، هر افسر رومی می‌توانست سربازان را مجبور کند که برای مسافت یک مایل، بار او را با خود حمل کنند. مجبور کردن سربازان به این کار حق این افسر رومی بود و اگر سربازی از انجام این کار امتناع می‌کرد، به قیمت از دست دادن جانش تمام می‌شد. پیشنهاد می‌کنم که علاوه بر انجام امور ضروری روزمره، برای انجام کارهای خارج از وظیفه‌تان هم تلاش کنید. به دومین کیلومتر مسیر

زندگی‌تان مانند فرصتی نگاه کنید که می‌تواند تأثیر مثبتی بر زندگی شما و دیگران داشته باشد و هر روز بر ارزش‌هایتان افزوده شود.

حال ویژگی‌های کسی که تمایل به پیمودن دومین کیلومتر زندگی‌اش را دارد، برایتان بازگو می‌کنم. این فرد کسی است که:

- بیش از آنچه عاقلانه به نظر می‌رسد، دقت و توجه نشان می‌دهد.
- بیش از آنچه درست به نظر می‌رسد، خطر می‌کند.
- بیش از آنچه عملی به نظر می‌رسد، رؤیا در سر دارد.
- بیش از آنچه ضرورت دارد، فعالیت می‌کند.

به‌گفته‌ی دوستم زیگ‌زیگلار «در دومین کیلومتر زندگی، هرگز ازدحامی وجود ندارد.» اگر هر کاری را بیشتر از آنچه که از شما انتظار می‌رود، انجام دهید، نه‌تنها می‌توانید به جایگاه والاتری صعود کنید، بلکه می‌توانید در پیشرفت دیگران هم سهیم شوید.

در دومین کیلومتر زندگی، هرگز ازدحامی وجود ندارد.
زیگ زیگلار

۳. به افرادی که نمی‌توانند به شما کمک کنند، کمک کنید

ما در دنیایی رقابتی زندگی می‌کنیم و اکثر فعالیت‌های اجتماعی، باعث درهم شکستن رقباء می‌شوند. تیم‌های ورزشی در پی یافتن کوچک‌ترین نقطه ضعف از تیم مقابل هستند تا با استفاده از آن پیروز شوند. حتی بسیاری از برنامه‌های تلویزیونی هم مردم را علیه یکدیگر تحریک می‌کنند تا بتوانند بازنده‌ی نهایی را انتخاب کنند. این در حالی است که تعریف ما از موفقیت، شامل مزیت‌های ما در مقایسه با دیگران می‌شود.

اجاره دهید با خودمان روراست باشیم. اغلب ما بیشتر اوقات مانند جان بانیان نویسنده فکر نمی‌کنیم. او گفته است که «شما در زندگی امروزتان احساس موفقیت نمی‌کنید، مگر این‌که به کسی کمک کنید که توانایی جبران آن‌را نداشته باشد. بنابراین برای زندگی در سطح بالاتر باید دست به کار شد.

یکی از مثال‌های جالب برای کمک به دیگران، حادثه‌ای است که در المپیک زمستانی۱۹۶۴ رخ داد. آن زمان، یک ایتالیایی به نام اوجنیو مونتی، قهرمان مسابقه‌ی سورتمه‌رانی شد و باید در مسابقه‌ی رقابتی دونفره شرکت می‌کرد. رقیب او تونی نش انگلیسی بود که هر دو در نیمه‌ی اول، خوب ظاهر شدند. اوایل نیمه‌ی دوم، مونتی در رده‌ی اول قرار داشت و این‌طور به نظر رسید که با توجه به عقب ماندن رقیب انگلیسی‌اش، به طور حتم برنده خواهد شد. وقتی بازیکن انگلیسی خود را برای شروع نیمه‌ی دوم آماده می‌کرد، مشکلی پیش آمد که روحیه‌ی او را به‌شدت تضعیف کرد. ماجرا از این قرار بود که در نیمه‌ی اول، یکی از پیچ‌های محور عقب سورتمه شکست و پیچ یدکی در دسترس او نبود. بازیکن انگلیسی چاره‌ای جز انصراف از مسابقه نداشت. مونتی وقتی پایین تپه منتظر رقیب انگلیسی‌اش بود، متوجه مشکل شد. بنابراین پیچی را از محور عقب سورتمه‌ی خود جدا کرد و به رقیبش داد. درنهایت، نش با استفاده از آن پیچ، نقص فنی سورتمه‌اش را رفع کرد؛ به حرکت ادامه داد و مدال را از آن خود کرد، در حالی‌که مونتی در جایگاه سوم قرار گرفت.

با این‌که نش هرگز نمی‌توانست این کار انسان‌دوستانه‌ی مونتی را جبران کند اما مونتی بدون فکر کردن به جبران، به رقیبش کمک کرد. روزنامه‌های ورزشی ایتالیا، از شکست مونتی انتقاد کردند، اما او به

طرفدارانش فهماند که پیروزی زمانی اهمیت دارد که از بهترین راه به دست آمده باشد. او گفت: «تونی نش تنها با پیچی که من به او دادم برنده نشد، او برنده شد چون از من بهتر بود؛ آن پیچ فقط باعث شد او شایستگی‌اش را در عرصه‌ی مسابقه نمایش دهد.»

زندگی شما توام با موفقیت نخواهد بود مگر این‌که برای کسی کاری انجام داده باشید که او هرگز قدرت جبران آن را نداشته است.

جان بانیان

اگر قصد دارید به دیگران کمک کنید، توصیه می‌کنم به نصیحت دی.ال.مودی، کارشناس مذهبی قرن نوزدهم توجه کنید:

تا جایی که می‌توانید خوبی کنید
به هر کس که سر راهتان قرار می‌گیرد
به هر شکلی که امکان دارد
تا هر زمان که توان دارید.

اگر به نیازمندی کمک کنی که توان جبران نداشته باشد، لمس میداسی را بسط داده‌ای، چون برای زندگی دیگران ارزش قایل شده‌ای و بر ارزش آن‌ها افزوده‌ای.

۴. کار را درست انجام بده، حتی اگر اشتباه در آن قابل قبول باشد

اگر بیش از سی سال سن دارید، بدون‌شک جنگ سرد آمریکا و شوروی را به یاد می‌آورید. روابط این دو کشور بیش از سه دهه آکنده از بی‌اعتمادی و خصومت بود تا این‌که رییس‌جمهور وقت آمریکا، تصمیم گرفت روابط این دو کشور را تغییر دهد. در اولین گام، نامه‌ای رسمی برای نخست‌وزیر

شوروی، لئونید برژنو فرستاد و از او تقاضای برقراری صلح پایدار و تفاهم کرد، اما با پاسخ دلسردکننده‌ی او روبه‌رو شد.

طبیعی بود که با این پاسخ ناخوشایند از تلاش خود برای برقراری روابط مجدد، دست بردارد، اما با پافشاری و با استفاده از ابتکار عمل، به‌تدریج توانست روابط این دو کشور را بهبود دهد. پگی نونان در این‌باره می‌گوید: «در عین این‌که فردی قوی و راسخ هستید، می‌توانید ضعیف هم باشید؛ زمانی‌که به عظمت قدرت درونی‌تان آگاه باشید، به خودتان اعتماد می‌کنید تا بتوانید اولین گام درست را بردارید و اولین تقاضایتان را با خواهش مطرح کنید. اگر این رفتار باعث شود دیگران شما را فردی ضعیف تلقی کنند واهمه خواهید داشت و بیش از همه دلتان می‌خواهد قدرت فردی خود را به دیگران نشان دهید بنابراین هرگز برای نوشتن نامه‌ی صلح‌آمیز زیر بار نخواهید رفت.»

این نکته را به‌خاطر بسپارید؛ وقتی انجام کار نادرست، ساده‌تر است بنابراین بدون‌شک انجام کار درست آسان نخواهد بود و نیازمند شخصیتی قوی و تواناست. این موضوع را فراموش نکنید که نتیجه‌ی رفتار درست همیشه پاداش به دنبال ندارد، هرچند عکس آن هم صادق است.

۵. هرچند برایتان سخت است، اما وفادار باشید

چارلز بروئر، مؤسس روزنامه‌ی مایندا‌سپرینگ، وفاداری و صداقت را در موسسه‌ی خود پایه‌گذاری کرد. زمانی که این روزنامه برای اولین بار در سال ۱۹۹۳ به چاپ رسید، او با الحاق این توضیحات، توانست به ارزش‌های موسسه‌اش بیفزاید. او گفت: «در انجام تعهدات‌مان دقت خواهیم کرد و به آن‌ها وفادار خواهیم بود. کاری را که به مردم قول داده

باشیم، انجام خواهیم داد.» باور او بر این بود که با ایجاد محیطی مناسب و دور از تنش، به جای توقعات، وفاداری حاصل می‌شود. او با این گفته‌های معنادار توانست یک قدم جلوتر از رقیبان خود حرکت کند.

در انجام تعهدات‌مان دقت خواهیم کرد و نسبت به آن‌ها وفادار خواهیم بود. کاری را که به مردم قول داده باشیم، انجام خواهیم داد.

چارلز بروئر

نوع کار بروئر با رقیبانش متفاوت است. در مجله‌ی «اخلاق حرفه‌ای در تجارت» که توسط دکتر پت لینچ منتشر شده، از بیش از هفتصد مرد فعال در عرصه‌ی کسب‌وکار و تحصیل خواسته شد ارزش‌های خود در محیط کار را رتبه‌بندی کنند. علاوه بر وفاداری، موارد دیگری از قبیل لیاقت، اخلاق کاری، مدیریت و ... در این ارزیابی گنجانده شد. درنهایت لینچ متوجه شد که وفاداری در آخرین ردیف این فهرست قرار دارد.

با انجام بررسی دیگری درباره‌ی تجربه‌ی سرپرستی یا سابقه‌ی کار، البته با چشم‌پوشی از جنسیت نیز این حقیقت فردی آشکار شد. وفاداری، بنیان روابط و رکن اصلی کسب‌وکار است. جوزف ابروزس، مدیرعامل بخش آگهی‌های تلویزیونی یکی از شبکه‌های پرکار می‌گوید: «صداقت در زمینه‌ی تبلیغات، اهمیت زیادی دارد. هشتاد درصد سفارشات این حرفه، به‌صورت سالانه از گروه مشخصی گرفته می‌شود، بنابراین افزایش میزان فروش، به برخورداری از روابط قوی بر می‌گردد. در پایان، واسطه‌ی صداقت برنده‌ی واقعی است.»

شما برای وفاداری تا کجا پیش می‌روید؟ شاید در مواجهه با امور سهل، وفادار باشید اما سؤال این است که در شرایط دشوار چه می‌کنید؟ اگر انجام

کاری درست برایتان مضر باشد، چه می‌کنید؟ این سؤالی است که سِر والتر اسکات به آن پاسخ داده است. او شرح‌حال‌نویس، منتقد، شاعر و تاریخ‌دان است. او پدر داستان‌نویسی تاریخی شناخته شده و فردی تأثیرگذار در داستان‌های لئو تولستوی، الکساندر دوما، ویکتور هوگو، هونوره دو بالزاک و... معرفی شده و بسیار مشهور است.

اسکات در سال ۱۷۷۱ در ادینبورگ اسکاتلند چشم به جهان گشود و زندگی کاری خود را در مقام حقوقدان از کارآموزی نزد پدرش شروع کرد. پس از چند سال، مسیر زندگی‌اش را تغییر داد؛ به نویسندگی روی آورد و بهترین داستان‌نویس روزگار خود شد. در سال ۱۸۰۸ بیشترین سهام یک انتشارات بزرگ را از آن خود کرد. در سال ۱۸۲۶ انتشاراتش به ورشکستگی رسید و درنتیجه با دردسرهای زیادی روبه‌رو شد. بدهی‌های او بیش از ۱۱۴ هزار پوند بود. اسکات با اعلام ورشکستگی می‌توانست از پرداخت بدهی امتناع کند، اما با پرداخت آن‌ها موافقت کرد.

طی شش سال نویسندگی پرکار، بسیاری از داستان‌هایش را به فروش رساند و درآمد قابل توجهی کسب کرد. او با این پول، بدهی‌هایش را پرداخت و قبل از مرگش توانست ۷۰ هزار پوند دیگر درآمد داشته باشد. برخی بر این باورند که اسکات با نوشتن‌های مداوم، مرگ خود را رقم زد. او در وصیتنامه‌اش درباره‌ی نوشتن‌های بی‌وقفه‌اش و فروش آن‌ها برای بازپرداخت بدهی‌هایش توضیحات لازم را داده است. او نه‌تنها اجازه نداد که دردهای جسمی مانع از وفاداری‌اش شوند، بلکه مرگ هم نتوانست او را از این امر خطیر اخلاقی باز دارد.

این روزها یافتن افرادی مانند اسکات کار چندان آسانی نیست. برای بسیاری از ما، انجام دادن کارهای آسان بر کارهای درست، ارجحیت دارد.

اگر بخواهیم زندگی طلایی داشته باشیم، باید سبک زندگی اسکات را دنبال کنیم.

معیار طلا

در حال حاضر توجه‌تان بر چه چیزی متمرکز شده است؟ آیا سعی می‌کنید زندگی طلایی برای خود بسازید؟ تا امروز به دنبال چه موقعیت‌هایی بوده‌اید؟ اگر آن‌ها را به دست بیاورید، فکر می‌کنید چه پاداشی نصیب‌تان می‌شود؟ ثروت؟ مقام؟ ترفیع؟ پاداش درست‌وحسابی؟ مورد توجه دیگران قرار گرفتن؟ حال قصد دارم از شما سؤالاتی بپرسم و توقع دریافت پاسخ دارم:

۱. پنج نفر از ثروتمندترین افراد دنیا را نام ببرید؟
۲. ده نفر از برندگان جایزه‌ی نوبل را نام ببرید؟
۳. سه مرد و سه زن از بهترین بازیگران جهان را نام ببرید؟
۴. نام برندگان سریال‌های جهانی ده سال پیش را نام ببرید؟

سؤالات چطور بودند؟ چند نفر را می‌شناختید؟ نیمی از آن‌ها را؟ ۷۵ درصد از آن‌ها را؟ افرادی که درباره‌ی آن‌ها سؤال کردم، از جمله کسانی بودند که با انجام کارهایی در دنیا جزء بهترین‌ها شده‌اند. آن‌ها زحمات زیادی متحمل شده‌اند، مهارت‌شان را برای همگان به اثبات رسانده‌اند و در شناساندن خود به دیگران موفق بوده‌اند اما چه تأثیری روی شما داشته‌اند؟ اگر نام آن‌ها را به یاد نیاوردید، می‌توان گفت تاثیر چندانی روی شما نداشته‌اند. اکنون به سؤالات دیگری پاسخ دهید:

۱. سه نفر از معلمانی را که در کسب موفقیت تحصیلی‌تان تأثیر داشته‌اند، نام ببرید؟

۲. پنج نفر از کسانی را که به شما حس ارزشمندی آموخته‌اند، نام ببرید؟
۳. سه نفر از دوستانی را که در دوران بحرانی زندگی به شما کمک کرده‌اند، نام ببرید؟
۴. سه نفر از افرادی را که حس قدردانی به شما بخشیده‌اند، نام ببرید؟
۵. پنج نفر از افرادی را که در کنارشان به شما خوش گذشته است، نام ببرید؟
۶. نام چند قهرمان داستانی که حس قدردانی و ارزشمندی را به‌شما الهام کرده‌اند، نام ببرید؟

ممکن است پاسخ‌ها صددرصد مثبت نباشند، اما درصد جواب‌های مثبت نسبت به سؤالات قبل بیشتر است؛ چرا؟ چون آن‌ها افرادی با لامسه‌ی میداسی بوده‌اند که در زندگی‌تان نقشی مهم ایفا کرده‌اند؛ در کنار آن‌ها احساس ارزشمندی کرده‌اید که برایتان اهمیت زیادی دارد. بیشترین تمرکز آن‌ها روی دیگران بوده و به جای آن‌که بخواهند از نظر اقتصادی از دیگران سبقت بگیرند سعی کرده‌اند تأثیرگذار باشند. اگر تمایل دارید تأثیر اخلاقی آن‌ها، زندگی شما را دگرگون کند، بهتر است به پیمودن دومین کیلومتر فکر کنید و به افرادی که توانایی کمک به شما را ندارند، کمک کنید. زمانی که کار نادرست، طبیعی جلوه می‌کند، کار درست را انجام دهید و وفادار باشید. زمانی حس وفاداری و ارزشمندی برایتان آزاردهنده است که متوجه شوید، دایم تحت‌تاثیر حس لامسه‌ی میداسی خود به دیگران آزار می‌رسانید.

انسان‌های درستکار با تأثیرگذاری‌های خود، ماجراهای افسانه‌ای خلق می‌کنند و جاودانه می‌شوند. پدر همسرم، کلیتون پورتر به تازگی درگذشته است. همسرم مارگریت که فرزند بزرگ خانواده‌اش است، در مراسم ختم

پدرش، زندگی او را شرح داد. کلیتون آموزگار بود و طی سالیان متمادی بـه هزاران دانش‌آموز، آموزش داد. به گفته‌ی همسرم، او و خواهرش، مهم‌ترین شـاگردان پـدرش بودنـد. کلیتـون نـه‌تنهـا در زمینـه‌ی اخـلاق طلایـی و پایه‌گذاری مستحکم آن در زندگی بـه آن‌هـا کمـک کـرده، بلکـه در کنـار آموزش‌هایش در کنار دخترانش می‌زیسته است.

وقتی سخنان مارگریت به پایان رسید همه گریسته بودنـد. سـالن پـر از کسانی بود که توسط پدر همسرم تعلیم دیده بودند و روند زندگی‌شان برای بهتر شدن تغییر کرده بود. این همان افسانه‌ای است که می‌تواند در جایگاه خود، باعث افتخار شود و حتی برای شما هم افتخار به ارمغان بیاورد .

نتیجه‌گیری

در مسیر قانون طلایی

اجازه دهید چند سؤال بپرسم: اول این‌که تمایل دارید به چه سطحی از موفقیت برسید؟ یا چه اهدافی را برای رسیدن به موفقیت برای خود در نظر گرفته‌اید؟ دوم این‌که تمایل دارید به چه سطحی از موفقیت شغلی برسید؟ دوست دارید تا چه حد در زندگی دیگران تأثیرگذار باشید؟ فکر کردن به این موارد بسیار عالی است؛ چون به شما امکان می‌دهد مسیر درست را تشخیص دهید. حال از شما می‌پرسم برای رسیدن به این اهداف، چه برنامه‌ریزی‌هایی دارید؟

پاسخ به این سؤال، بسیار مهم است؛ زیرا برای تعیین نوع زندگی‌تان و تعیین مسیر آن باید برنامه‌ریزی کنید. به اعتقاد من، برای رسیدن به موفقیت، دو مسیر اصلی وجود دارند که هر کس باید یکی از آن دو را برگزیند: این‌که شما طلا را بر می‌گزینید یا قانون طلایی را؟!

اکثر مردم طلا را انتخاب می‌کنند و به نظر می‌رسد با ورود به هر مسیری، قصد دارند امتیازی به دست آورند، در حالی‌که مشاهدات می‌توانند فریبنده باشند. در سال ۱۹۲۳ جمعی از مردم در هتلی در شیکاگو با یکدیگر ملاقات کردند. آن زمان، آن‌ها ثروتمندترین و قدرتمندترین افراد دنیا قلمداد می‌شدند. شاید این پرسش به ذهنتان خطور کند که مگر آن‌ها چقدر ثروتمند بودند؟ دارایی آن‌ها درمجموع از کل موجودی خزانه‌ی آمریکا بیشتر بود! آن‌ها غول‌های سیاسی و صنعتی به‌شمار می‌رفتند و در پی طلا

بودند که سرانجام آن را به دست آوردند. فهرست اسامی و سرنوشت آن‌ها در زیر آمده است. از شما می‌خواهم به دقت آن را بخوانید:

- چارلز شواب-- مدیرکل بزرگ‌ترین شرکت خصوصی فولاد در ورشکستگی از دنیا رفت.
- آرتور کاتن-- رییس‌کل سازمان غله‌ی آمریکا، دور از وطن، بدون کمترین سرمایه‌ای از دنیا رفت.
- ریچارد ویتنی-- مدیرکل بورس نیویورک، بعد از خلاصی از زندان سینگ‌سینگ از دنیا رفت.
- آلبرت فال— عضو هیئت ریاست‌جمهوری که بعد از آزادی از زندان انفرادی در خانه‌اش از دنیا رفت.
- جس لیورمور-- بزرگ‌ترین سهامدار اوراق قرضه‌ی وال‌استریت پس از خودکشی درگذشت.
- لئون فریزر-- رییس بانک بین‌المللی پس از خودکشی درگذشت.
- ایوار کروگر -- رییس بخش کالاهای انحصاری دنیا پس از خودکشی درگذشت.

اغلب کسانی که در پی طلا هستند، برای رسیدن به آن از امور مهم و باارزش زندگی‌شان می‌گذرند یا به نوعی آن را با طلا معامله می‌کنند و درنهایت، منافع به‌دست آمده را از دست می‌دهند.

ممکن است موفقیت و پیروزی‌های کوتاه‌مدت، نصیب افرادی شوند که به «مالکیت مهم‌تر از هر چیزی که فکرش را بکنید» اعتقاد دارند، اما با نگاه به سال‌های واپسین زندگی‌شان، می‌توان کیفیت زندگی فردی آن‌ها را سنجید.

با دیدن کسانی که قانون طلایی زندگی را انتخاب کرده‌اند، متوجه می‌شویم که برخوردشان با مردم، نوع زندگی‌شان و نحوه‌ی انتخاب‌هایشان متفاوت است. این موضوع طی ملاقات با هوارد بوون برایم به اثبات رسید. قبل از شرح این ملاقات، از شما می‌خواهم به جدول تفاوت‌های میان جویندگان طلا و جویندگان قانون طلایی زندگی، توجه کنید.

افرادی که به‌دنبال طلا هستند	افرادی که به‌دنبال قانون طلایی هستند
• آن‌ها می‌پرسند: چه کاری می‌توانی برایم انجام دهی؟	• آن‌ها می‌پرسند چه کاری می‌توانم برای شما انجام دهم؟
• به‌راحتی تصمیم‌گیری می‌کنند، از نوع تصمیم‌های آسان و در دسترس؛	• در پی اتخاذ تصمیم‌های خاص هستند؛
• خانواده‌شان را با مال و ثروت معاوضه می‌کنند؛	• اموال‌شان را فدای خانواده‌شان می‌کنند؛
• پیشبرد و توسعه‌ی عقل برای اعمال و رفتارشان می‌پردازند.	• به پیشبرد و توسعه‌ی روابط‌شان به‌وسیله‌ی اعمال و رفتارشان می‌پردازند؛
• طرز فکرشان به «من از همه بهترم» محدود می‌شود؛	• طرز فکرشان بر «دیگران از من بهتر هستند» معطوف است؛
• میزان پول و دارایی‌شان مهم است؛	• تعداد دوستان و همکارانِ‌شان برایشان اهمیت دارد.
• بنیان ارزش‌هایشان بر میزان ثروتشان استوار است؛	• بنیان ثروت و دارایی‌شان بر ارزش‌هایشان استوار است.

اکنون به شرح ملاقاتم با هوارد بوون برمی‌گردم که سرانجام به یکی از دوستان نزدیکم تبدیل شد. هوارد مهندس و مدیر عملیات ساختمانی بسیاری

از فروشگاه‌های کی‌مارت بود. زمانی‌که این فروشگاه‌های زنجیره‌ای در اوج موفقیت قرار داشتند، هوارد هم به موفقیت رسید. ناگفته نماند که این راه همیشه برایش هموار نبود. وقتی او اولین قراردادش را با کی‌مارت امضا کرد، ناچار شد با گروهی از مهندسان ساختمان به فلوریدا سفر کند تا از نزدیک با محل اجرای پروژه آشنا شود. بعد از یک روز کامل بررسی محل پروژه، یکی از مهندسانی که سابقه‌ی خوبی در این زمینه نداشت، به او پیشنهاد کرد که همگی به مرکز تفریحی بروند. هوارد در موقعیت دشواری برای تصمیم‌گیری قرار گرفت. او تصور می‌کرد که می‌تواند شرکت مهندسی را با ۴۰ میلیون دلار سرمایه به موفقیت برساند. او می‌دانست که اگر از همراهی با گروه امتناع کند، باید دور موفقیت در پروژه را خط بکشد، اما به اجرای قانون طلایی در پروژه اطمینان داشت و می‌دانست که با رفتن به مرکز تفریحی، ممکن است دچار لغزش اخلاقی شود.

به اعتقاد من، برای رسیدن به موفقیت، دو مسیر اصلی وجود دارند که هر کس باید یکی از آن دو را برگزینند: شما طلا را برمی‌گزینید یا قانون طلایی را؟!

اما هوارد پیشنهاد همکارش را رد کرد، به هتل محل اقامتش رفت و به او گفت: «متأسفم، نمی‌توانم با شما به مرکز تفریحی بیایم، خیلی خسته‌ام و به استراحت احتیاج دارم.» وقتی به هتل رسیدم هوارد در حال پیاده شدن از خودرو بود، ناگهان یکی دیگر از اعضای گروه هم گفت: «من هم خیلی خسته‌ام و به استراحت احتیاج دارم» و او هم پیاده شد. سپس یکی دیگر به‌همراه او پیاده شد. بالاخره کسی آن شب به مرکز تفریحی نرفت و همه به هتل برگشتند و بعد از چند روز، مهندسی که پیشنهاد رفتن به مرکز

تفریحی را داده بود، به هوارد گفت: «برایم بسیار قابل احترام هستید» و قرارداد همکاری را با هوارد امضا کرد.

به نظر شما افرادی که برای حفظ شخصیت وجودی خود تلاش می‌کنند، آیا قابل‌احترام هستند؟ اگر هوارد به اصول اخلاقی خود توجه نمی‌کرد و فقط به قرارداد فکر می‌کرد، نه‌تنها سودی عایدش نمی‌شد، بلکه احترامش نزد دیگران از بین می‌رفت.

در این میان هوارد تصمیم سخت دیگری هم گرفت. او طی همین پروژه با پیمانکار نه‌چندان مهم فولاد کار می‌کرد که به‌دلیل مشکلات مالی، تقاضای پیش‌پرداخت کرده بود. با این‌که پذیرفتن این تقاضا می‌توانست مشکل‌ساز شود، اما هوارد خودش را جای پیمانکار گذاشت و از خودش پرسید: «اگر من با این تنگنای مالی مواجه می‌شدم از طرف کاری‌ام چه توقعی داشتم؟» و به این نتیجه رسید که باید کار درست را انجام دهد و مبلغ درخواستی پیمانکار را بپردازد.

بعد از چند سال، آن دو دوستی نزدیکی با هم داشتند و پروژه‌های مشترک زیادی را اجرا کردند. هوارد طی احداث خانه‌ی خود به تأمین‌کننده‌ی فولاد نیاز داشت. آن زمان، به‌دلیل رونق کسب‌وکار ساختمانی، کسی تمایل نداشت با انجام پروژه‌های کوچک، قراردادهای بزرگ را از دست دهد، اما دوست پیمانکار هوارد پروژه‌های دیگر را کنار گذاشت تا بتواند فولاد مورد نیاز برای ساخت خانه‌ی هوارد را تأمین کند. او علت این تصمیم را این‌طور برای هوارد ذکر کرد: «آیا اولین مشارکت من با خودت را به یاد داری؟ زمانی‌که با رکود مالی مواجه بودم، تو کمکم کردی و هیچ وقت آن را فراموش نخواهم کرد. خیلی خوشحالم که توانستم به تو کمک کنم و تنها گوشه‌ای از زحماتت را جبران کنم.»

ده سال از آن ماجرا گذشته و هوارد هرگز به آن فکر نکرده بود. او کاری را انجام داده بود که فکر می‌کرد درست است. حرکت در مسیر زندگی با دستورالعمل‌های قانون طلایی، چنین نتایج شگفت‌انگیزی به دنبال دارد. درحقیقت، افرادی که در پی طلا هستند، زمانی احساس خوشبختی می‌کنند که به رضایت مالی و مادی رسیده باشند، اما کسانی که به‌دنبال قانون طلایی هستند، نه‌تنها فرصت کسب ثروت را به‌دست می‌آورند، بلکه به ارزش کیفی نیز دست می‌یابند که هرگز نمی‌توان با پول، آن را به دست آورد. کسانی که با قانون طلایی زندگی می‌کنند، به‌آسانی می‌توانند فرصت کسب ارزش‌ها را برای خود فراهم کنند.

پیشکش به آن‌ها که به کیفیت برتر زندگی می‌اندیشند!

کتاب‌های منتشرشده و در دست چاپ از سعید گل‌محمدی

انتشارات نسل نواندیش

بازیگر زندگی باشیم نه بازیچه‌ی آن

از کوتهی توست که دیوار بلند است!

خوشبختی را به بها می‌دهند نه به بهانه!

خوشبختی یا بدبختی؟ انتخاب با شماست!

به دنیا آمده‌ایم تا خوشبخت شویم

نیم‌کیلو باش ولی عاشق باش!

امنیت در ریسک‌پذیری است (ترجمه)

عامل تغییر باش نه قربانی تقدیر! (سه‌جلدی، قطع جیبی)

هفت‌خوان موفقیت (سه‌جلدی، قطع جیبی)

انسان در جستجوی اقتدار (سه‌جلدی، قطع جیبی)

خوشبختی نصیب بهترین‌ها می‌شود (سه‌جلدی، قطع جیبی)

معجزه نصیب بهترین‌ها می‌شود

سعادت یک انتخاب است

هشت عادت زنان مؤثر

عاشق خودت باش! (ترجمه)

زندگی صحنه‌ی یکتای هنرمندی ماست! (دو جلدی، قطع جیبی)

انتشارات آسیم

نیم‌کیلو باش ولی خودت باش!
نیم‌کیلو باش ولی مرد باش!
سرگذشت جذاب کارآفرینان بزرگ دنیا
خودت باش! (سه‌جلدی)
زیرخاکی! (سه‌جلدی)
فرهاد که باشی همه‌چیز شیرین است!
بزرگان زاده نمی‌شوند ساخته می‌شوند
اولین میلیون دلار خود را در بازاریابی شبکه‌ای بسازید (ترجمه)

انتشارات‌هامون

جملات تکان‌دهنده‌ی هشت ریشتری (دو جلدی)

انتشارات امید فرزانگان

راز
دنبال رؤیاهایت باش!
اسرار ذهن سعادتمند
راز شکرگزاری، قدردانی و سپاس

پیشنهاد صمیمانه

به سازمان‌ها، شرکت‌ها، بانک‌ها، کارخانجات و سایر مؤسسات دولتی و غیردولتی

انتشارات نسل نواندیش، ناشر کتاب‌های روان‌شناسی و موفقیت که سال‌هاست در زمینه‌ی توسعه‌ی فرهنگ توانمندسازی فردی فعالیت دارد، آمادگی خود را جهت چاپ اختصاصی این کتاب با نام سازمان متبوع شما اعلام می‌دارد. تجربه‌ی چنین اقدامی و نیز استقبال سازمان‌ها و مراکز مختلف در خرید شمارگان مورد نیاز خود از کتاب‌های سعید گل‌محمدی به‌خوبی ثابت کرده است که جایگزینی کتاب‌های الهام‌بخش در سبد هدایای مناسبت‌ها و غیره می‌تواند گامی مهم در جهت افزایش روحیه‌ی مثبت‌اندیشی در محیط کار، توانمندسازی نیروها و افزایش روحیه‌ی شور، نشاط و انگیزه‌ی شغلی در میان پرسنل سازمان شما از جمله مدیران، کارمندان و کارگران باشد. لطفاً جهت کسب اطلاعات بیشتر در خصوص نحوه‌ی همکاری، با شماره تلفن ۹-۸۸۹۴۲۲۴۷ تماس حاصل فرمایید.

WWW.NASLENOWANDISH.COM

ETHICS 101

JOHN C. MAXWELL

Saeed Golmohammadi

یکی از مشکلات ما این است که اخلاق هیچ‌گاه در حوزه کسب و کار، یا به طور کلی، در حوزه اجتماعی و سیاسی ما مطرح نبوده، بلکه همواره موضوعی شخصی بوده است. انسان‌ها به اینکه درستی و راستی خواست آنهاست، اذعان دارند؛ اما در عینِ حال، مطالعات نشان می‌دهد که بیشتر مردم معمولا کارها را به همان درستی‌ای که از دیگران انتظار دارند، انجام نمی‌دهند. افرادی که در فعالیت‌هایشان درستی را رعایت می‌کنند، نسبت به مسئولیت‌های اجتماعی‌شان متعهدند و دستاورد این تعهد برای آنها، سوددهی بیشتر است.

ISBN 964236641-X

9789642366415

انتشارات نسل نو اندیش

www.naslenowandish.com

Email: info@naslenowandish.com

Tel: (+98-21)88942247-9

قیمت: ۷۹۰۰ تومان